头豹 LeadLeo

400-072-5588

头豹研究院 | 医美系列深度研究报告

2019 年中国微整形行业深度研究报告

行业走势图

医疗研究团队

王英娥 分析师

赵玉玲 分析师

邮箱 :cs@leadleo.com

相关热点报告

- 医美系列行业概览——2019 年中国光电医美器械行业概览
- 生物医药系列行业概览——2020 年中国 EGFR 抑制剂疗法行业概览
- 生物医药系列行业概览——2020 年中国 CTLA-4 抑制剂疗法行业概览

报告摘要

近十年来，受日韩、欧美文化影响，大众对于微整形服务接受程度提升，受益于居民可支配收入的增加及微整形行业技术的发展，中国微整形服务行业渗透率及消费需求不断攀升。2014-2018 年，中国微整形服务行业市场规模（按总收入统计）从 201 亿元人民币增长到 500 亿元人民币，年复合增长率为 25.6%。未来，国家对微整形的监管将愈加严格，微整形行业将更为规范，同时行业内竞争程度越发激烈，去同质化经营成为多数企业的发展战略。

热点一：技术的发展推动了微整形行业的进步

技术发展推动了微整形服务效果及安全性的提升，丰富了微整形的项目内容，促使更多消费者接受微整形服务。如光电美容类设备中的热玛吉已由第一代更新到第五代，降低了消费者术中痛感，优化了术后效果。整形效果高度依赖整形材料的品质，科技的发展推动局部注射类材料的更新换代，使现代微整形材料的应用更加广泛。

热点二：服务私人定制化

由于消费者对于整容的排斥感主要来自雷同感，“千人一面”是消费者普遍担心的整形结果，因此消费者更加青睐个性化、时尚化的专属产品和服务。私人定制微整形服务模式或将成为行业发展的新趋势。

热点三：行业将更为规范

微整形服务需求激增加速该行业市场规模扩张，未来政府部门将会更加重视微整形行业的健康发展，相关的配套政策也将陆续出台，整体微整形行业将会更为规范地运行。

VISIT…

扫码免费领取资料

房中术{www.nblax520.com}专注于男性增大增粗增长、阳痿、早泄、壮阳、延时、强肾、回春、健身。女性缩阴、丰胸、减肥、化妆、瑜伽、保养、产后修复、盆底肌锻炼。两性健康,夫妻按摩,房中术,性姿势,性技巧,性知识等

更多免费教程：英语学习，技能提升，PS 教学，投资赚钱，音乐教程，口才教学，情商提升，风水教学，心理学，摄影知识，幼儿学习，书法学习，记忆力提升等等.....

==========

全站课程下载

课程不断增加

本站现资源容量已超 10T

入群联系 QQ：167520299 或添加微信：1131084518（备注 学习）

扫码加微信lax988988领取资料

阳痿早泄训练
皇室洗髓功视频教学
女人驻颜术
泡妞约炮万元课程
足疗养 SPA 教材
玉蛋功
马氏回春功
房中术张丰川
哲龙全套视频
增大盼你增大
国际男优训练
亚当德永早泄训练
洗髓功真人内部
皇室养生绝学道家洗髓功
【铁牛人会员课】男人必备技能，理论讲解
实战高清视频
随意控制射精锻炼 视频+图片+文字
价值 1440 元第一性学名著<素女经房中养生
宝典视频>12 部
洗髓功修炼方法视频教学
陈见玉蛋功视频教学 女性缩阴锻炼
男性自然增大增长指南
强性健肾保健操 1-4
道家强肾系统锻炼功法
马氏回春功
12 堂课，全面掌握男性健康问题 让你重燃自信
联系微信：1131084518

1、东方性经
2、印度 17 式
3、口交技巧 3 部
4、港台性姿势 3 部
5、365 性姿势 6 部
6、泰国性爱密经 17 式
7、花花公子性技巧 6 部
8、阁楼艳星性技巧 7 部
9、古今鸳鸯秘谱全集 7 部
10、夫妻爱侣情趣瑜伽 2 部
11、古代宫廷性保健系列 14 部
12、汉唐宋元明清春宫图真人
13. 柔软性爱宝典 日本 9800 课
14. 李熙墨 3999 全套课
15. 妖精性爱课 2888
16. 李银河全套性课
17. 领统统性课
18. 德勇男性篇
19. 德勇男性篇
20. 缓慢性爱
21. 亚当多体位搭配篇
22. 亚当多体位结合篇
23. 德勇克服早泄讲座练习
24. 德勇以女性为中心得爱抚
25. 加藤鹰接吻爱抚舌技
26. 加藤鹰指技
27. 加藤鹰四十八手入门
28. 佐藤潮吹教学
29. 佐藤男人体能锻炼+保健品介绍
30. 佐藤男人早泄对抗训练
31. 阿拉伯延时训练

32. 田渊正浩秘籍
33. 异性性快感集中训练教学
34. 自我愉悦锻炼密宗
35. 铁牛全套延时训练课
36. Pc 机锻炼真人视频教学
37. 印度性经全集 8 部
38. 21 世纪性爱指南
39. 香蕉大叔男女训练馆全套
40. 中美真人性治疗教学+理论
41. 女性闺房秘术
42. 幸福玛利亚性课
43. 陈见如何释放性魅力征服
44. 性爱技巧讲座全套
45. 性爱秘籍全套
46. 性爱误区讲座
47. 性病讲解大全
48. 性博士讲座合集
49. 性健康和性高潮合集
50. 性教育讲座合集
51. 性能力课堂合集
52. 性生活问题解析合集
53. 意外怀孕和避孕处理课堂
54. 性感地带探索
55. 性技巧讲座
56. 性健康与性卫生讲座
57. 性生活专家答疑
58. 性心理与性道德合集
59. 性爱宝典合集
60. 性爱技巧合集
61. 完美性爱演示
62. 完美性爱技术讲解
更多精品等你来解锁哦.....

目录

1 方法论 5

1.1 研究方法 5

1.2 名词解释 6

2 中国微整形服务行业市场综述 8

2.1 整形定义与分类 8

2.2 微整形定义与分类 8

2.3 微整形服务特点 10

2.4 微整形服务发展史 10

2.5 中国微整形服务行业发展现状分析 14

2.6 中国微整形服务行业产业链分析 18

2.6.1 上游分析 18

2.6.2 下游分析 20

3 中国微整形服务行业驱动因素分析 23

3.1 技术发展推动微整形行业进步 23

3.1.1 光电美容类 23

3.1.2 局部注射类 26

3.2 需求增加驱动微整形行业消费 26

3.3 收入提升保障微整形行业发展 27

4 中国微整形行业制约因素分析 28

4.1 人才资源匮乏制约行业技术发展 28

4.2 获客成本高昂压低行业盈利水平.....30
5 中国微整形行业投资风险分析.....31
5.1 医疗风险.....31
5.2 民营医疗机构社会认知风险.....32
6 中国微整形服务行业相关政策分析.....32
6.1 行业监管政策较少但日趋严格.....32
6.2 行业支持政策日益多样.....34
7 中国微整形服务行业未来发展趋势.....36
7.1 服务更加私人定制化.....36
7.2 行业发展更加规范化.....38
8 中国微整形服务行业竞争格局.....39
8.1 微整形服务行业竞争格局分析.....39
8.2 微整形服务行业投资企业推荐.....41
8.2.1 美莱医疗美容连锁医院集团.....41
8.2.2 艺星整形美容医院.....44
8.2.3 北京联合丽格医疗投资有限公司.....46
8.2.4 施尔美整形美容医院.....48

图表目录

图 2- 1 微整形项目分类 9

图 2- 2 微整形服务机构分类及特点 10

图 2- 3 局部注射类微整形服务发展史 12

图 2- 4 电光美容类微整形服务发展史 13

图 2- 5 微创吸脂类微整形服务发展史 14

图 2- 6 中国整形服务行业市场规模及微整形服务占比，2014-2023 年预测（按总收入统计） 14

图 2- 7 中国微整形服务行业市场规模，2014-2023 年预测（按总收入统计） 15

图 2- 8 中国微整形中最受消费者喜爱的项目（按总收入统计），2018 年 16

图 2- 9 中国整形行业投融资金额，2014-2018 年 17

图 2- 10 中国整形行业亿元及以上投融资，2018 年 17

图 2- 11 中国微整形服务行业产业链 18

图 2- 12 中国微整形服务机构的主要获客渠道及方式 21

图 2- 13 中国微整形服务机构消费者年龄及喜好分析 22

图 2- 14 热玛吉热刺激促使皮肤紧致原理 24

图 2- 15 热玛吉第一代到第五代 24

图 2- 16 热玛吉第四代与第五代的对比 25

图 2- 17 CPT 舒适脉冲技术 25

图 3-1 中国居民人均可支配收入，2014-2018 年 28

图 4-1 中美两国微整形医师培养模式对比 29

图 4-2 获客成本及营销费用率 31

图 6-1　微整形服务行业监管政策 33

图 6-2 微整形服务行业支持政策 35

图 7-1 私人订制微整形服务流程 37

图 7-2 新兴获客渠道提升微整形行业透明度示例 39

图 8-1 大型连锁美容机构参与者分析 40

图 8-2 美莱门店分布 42

图 8-3 美莱医美主营业务（不完全统计） 43

图 8-4 艺星门店分布 45

图 8-5 联合丽格中国门店分布 47

1 方法论

1.1 研究方法

头豹研究院布局中国市场，深入研究 10 大行业，54 个垂直行业的市场变化，已经积累了近 50 万行业研究样本，完成近 10,000 多个独立的研究咨询项目。

- ✓ 研究院依托中国活跃的经济环境，从医疗美容服务、医疗美容器械、医疗美容机构等领域着手，研究内容覆盖整个行业的发展周期，伴随着行业中企业的创立，发展，扩张，到企业走向上市及上市后的成熟期，研究院的各行业研究员探索和评估行业中多变的产业模式，企业的商业模式和运营模式，以专业的视野解读行业的沿革。

- ✓ 研究院融合传统与新型的研究方法，采用自主研发的算法，结合行业交叉的大数据，以多元化的调研方法，挖掘定量数据背后的逻辑，分析定性内容背后的观点，客观和真实地阐述行业的现状，前瞻性地预测行业未来的发展趋势，在研究院的每一份研究报告中，完整地呈现行业的过去，现在和未来。

- ✓ 研究院密切关注行业发展最新动向，报告内容及数据会随着行业发展、技术革新、竞争格局变化、政策法规颁布、市场调研深入，保持不断更新与优化。

- ✓ 研究院秉承匠心研究，砥砺前行的宗旨，从战略的角度分析行业，从执行的层面阅读行业，为每一个行业的报告阅读者提供值得品鉴的研究报告。

- ✓ 头豹研究院本次研究于 2019 年 12 月完成。

1.2 名词解释

- **山根：**两眼之间，鼻子的起点。微整形手术可通过改变山根高度达到隆鼻的目的。
- **APP：**Application，应用程序，指安装在智能手机上的软件，以完善原始系统的不足，为用户提供更丰富的使用体验。
- **网红：**网络红人，现实或者网络中因为某个事件或某个行为而被大众关注从而知名度提升的人，或通过长期持续输出专业知识而获得广泛关注的人。
- **韩流：**韩国文化在其他地区的影响力，包括韩国服饰、饮食、电影、音乐等。
- **整形 APP：**在线智慧医疗美容整形服务电商平台，是集整形美容特卖、医院医生点评、预约咨询和整形社区等于一体，以“互联网+传统整形”的运营模式，向广大求美者提供医学美容服务的应用程序。
- **肉毒杆菌素：**肉毒杆菌内毒素，致命的肉毒杆菌在繁殖过程中分泌的毒性蛋白质，具有很强的神经毒性，作用于胆碱能运动神经的末梢，使肌纤维不能收缩，进而致使肌肉松弛以达到除皱美容的目的。
- **可卡因：**被用作局部麻醉药或血管收缩剂的一种药品，由于其麻醉效果好，穿透力强，主要用于表面麻醉，但因毒性强，不宜注射。
- **利多卡因：**局部麻醉及抗心律失常药，可卡因的一种衍生物，但没有可卡因中使人产生幻觉和上瘾的成分。利多卡因盐酸盐为白色结晶性粉末，易溶于水，毒力和普鲁卡因相当，因局部麻醉效果较强而持久，有良好的表面穿透力，可注射也可作表面麻醉。
- **O2O：**Online to Offline，将线下的商务机会与互联网结合，使互联网成为线下交易的平台。
- **热玛吉：**使用专利单极射频技术，高效加热及收紧深层皮肤，同时促进胶原蛋白逐渐增

生，达到改善皱纹、紧致肌肤及重塑立体轮廓等效果的医疗美容器械。

- **皮秒：**利用选择性光热原理，激光照射进表皮，激光的高能高热瞬间瓦解气化色素细胞，再由淋巴代谢排出体外，达到祛除皮肤深层色陈的目的的一种医美项目。
- **线雕：**将可吸收线植入到皮下脂肪的浅层及深层，对皮肤进行提拉，达到年轻化的一种医美项目。
- **FDA：**Food and Drug Administration，国际医疗审核权威机构，由美国国会即联邦政府授权，专门从事食品与药品管理的最高执法机关。

2 中国微整形服务行业市场综述

2.1 整形定义与分类

整形指运用手术、药物、医疗器械以及其他医学技术方法对人的容貌和人体各部位形态进行修复与再塑，进而增强人体外在美感的科学性、技术性与艺术性极强的医学科学。整形一般可分为以下两大类：

（1）手术类整形：通过手术开刀的方式，对身体的部位进行修复与再塑，进而实现改善受损外貌或增强人体外在美感的医疗美容方法。手术类整形可进一步分为以下两类：

①整形美容：包括胸部整形、眼眉整形、耳部整形、面部整形、吸脂瘦身、私密整形、颧骨整形、鼻部整形、颌面整形、口唇整形、除皱美容、生殖整形、酒窝成形、招风耳矫正、祛大脚骨、除腋臭、毛发移植等。

②修复再造：包括眼部修复、疤痕修复、奥美定取出、歪鼻矫正、外耳再造、鼻再造、乳房再造等。

（2）非手术类整形（微整形）：主要以非手术方式，如注射、激光等达到美容效果的医疗美容方法。非手术类整形涵盖激光美容类、注射填充类、微创吸脂类等。

2.2 微整形定义与分类

微整形是整形的延伸，主要指以非手术方式，利用高科技医疗技术改善外形的整形。由于微创手术、电光美容项目也具备创口小、恢复期短等非手术类整形的特点，因此也被纳入本报告研究的微整形项目范围。微整形相比大型手术类整形而言，具有**风险低**、**操作简单**、**起效快**、**市场欢迎程度及普及程度较高**的特点。微整形按照项目特点可分为三类：局部注射类（玻尿酸注射、肉毒杆菌素注射、自体脂肪注射等）、电光美容类（激光美容、光子美容、

电波拉皮、超声美容、微等离子体治疗、激光脱毛等）和微创吸脂类（如图 2-1）。

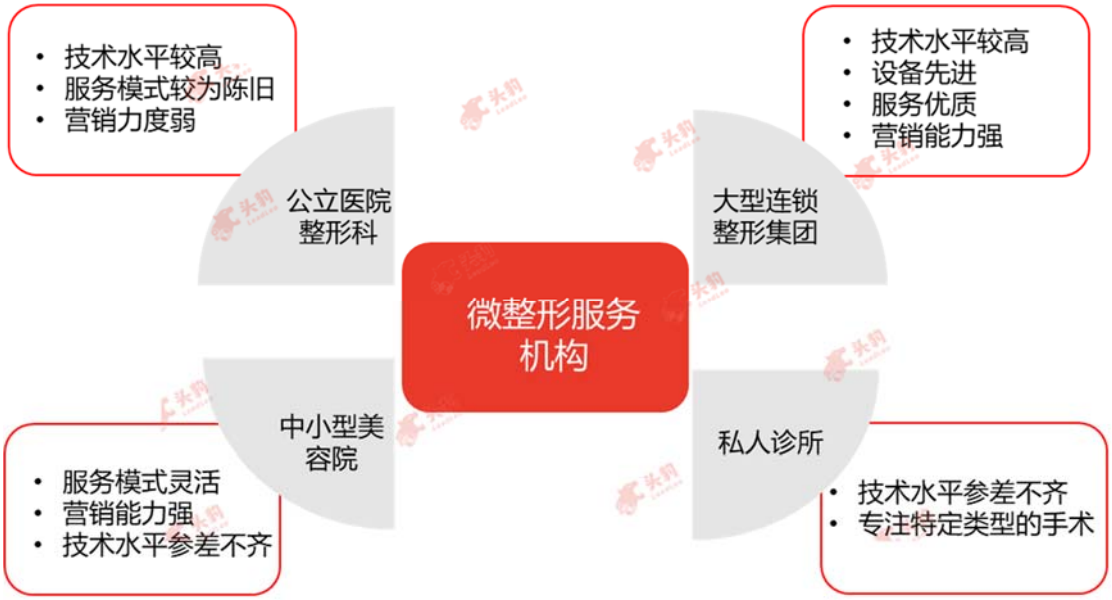
图 2- 1 微整形项目分类

项目	类别	简介
局部注射类	玻尿酸注射	玻尿酸注射可用于填充皱纹、隆鼻及下巴等
	肉毒杆菌素注射	肉毒杆菌素注射可用于除皱及瘦脸等
	自体脂肪注射	自体脂肪注射可用于除皱及丰唇等
电光美容类	激光美容	利用激光去除面部各种色素（如黄褐斑、雀斑、纹身）等皮肤瑕疵从而达到美容目的的一种微整项目
	光子美容	利用强脉冲光恢复皮肤弹性，达到消除或减轻皱纹，治疗毛细血管扩张、去除色斑等美容目的一种微整项目
	电波拉皮	利用电磁波使真皮层的胶原蛋白变形收缩，达到紧肤除皱的目的的一种微整项目
	射频美容	利用射频使皮肤组织快速加热，促进皮下脂肪分解和代谢，刺激胶原蛋白及弹性纤维的增生重组，达到收紧皮肤、重塑形体的作用的一种微整方式
	超声美容	利用超声激发身体自我更新机制，从而有效刺激胶原蛋白产生，且治疗深度精准，不会破坏表面肌肤的一种微整项目
	微等离子体治疗	利用微等离子体治疗仪器，达到重构皮肤表面，使皮肤胶原蛋白自体再生，实现皮肤自然精致及提升的一种微整项目
微创吸脂类	——	利用超声波、高频电场等物理手段将脂肪击碎,再通过皮肤小切口将抽脂针插入皮下脂肪层,利用负压将人体局部堆积的皮下脂肪吸出，以达到减肥目的的一种微整项目

来源：头豹研究院编辑整理

中国微整形服务提供方可以分为四大类：公立医院整形科、大型连锁整形集团（如美莱、联合丽格等）、中小型美容院及私人诊所。**目前，大型连锁整形集团是微整形服务最主要的提供方**（如图 2-2）。

图 2- 2 微整形服务机构分类及特点



来源：头豹研究院编辑整理

2.3 微整形服务特点

以激光、注射为主要手段的微整形无需开刀，具有安全化、日常化及非永久等特点。

安全化：相较于传统手术类整形项目需通过大型手术进行人体形态修复或重塑，微整形项目无需进行手术或仅需进行微创手术，对患者身体创伤小、不会留下明显的痕迹、恢复期短、风险系数低，因而安全性更高。

日常化：微整形项目耗时较短，大多可于两个小时内完成，如注射玻尿酸隆鼻从敷麻药至注射完成通常仅需半小时。此外，由于微整形项目无需进行手术或仅需进行微创手术，其恢复期亦较短，且不会影响患者的正常生活。

非永久：微整形并非永久性的，其保持时间较短，如玻尿酸注射产生的效果多于一年后逐渐消失，消费者为维持效果需多次接受服务。

2.4 微整形服务发展史

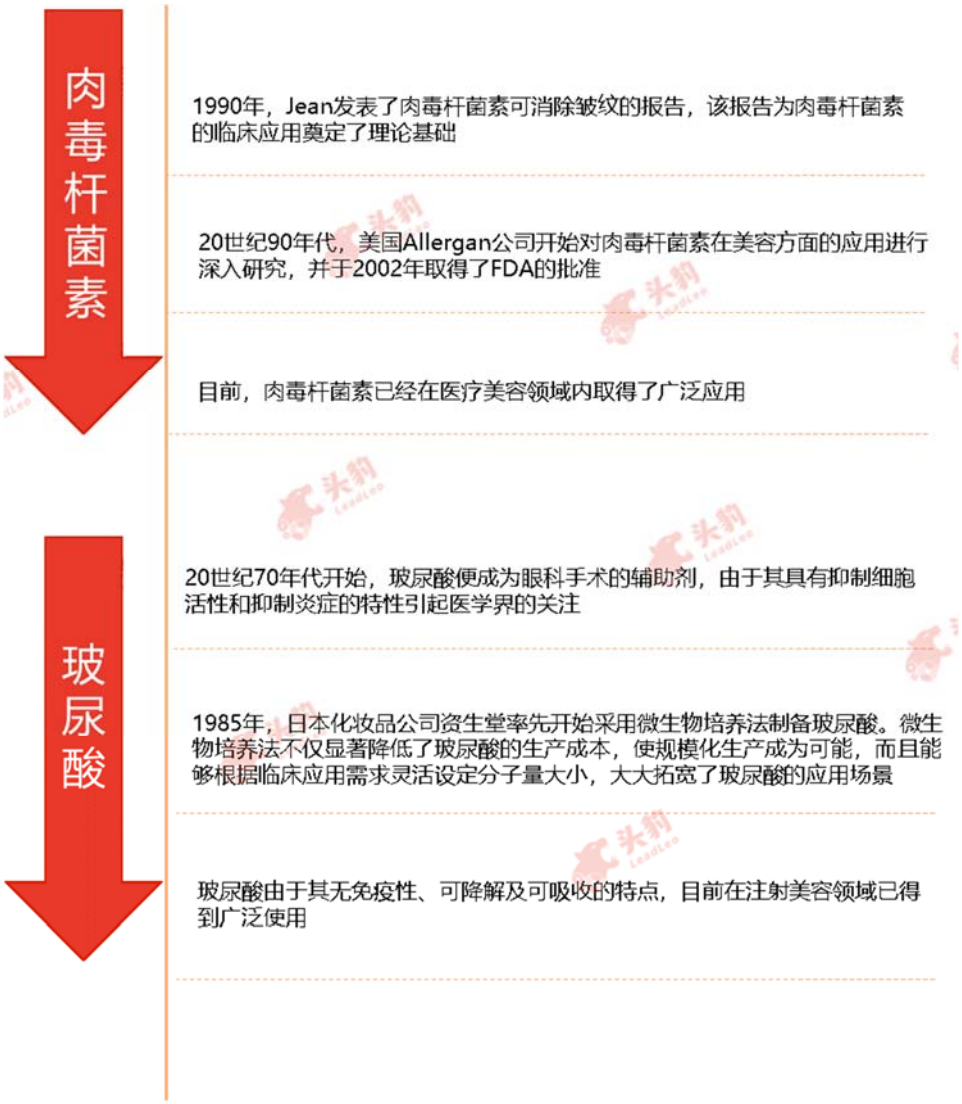
不同的微整形项目发展历程亦不同。典型微整形项目的发展史如下：

（1）局部注射类（肉毒杆菌素及玻尿酸）：

肉毒杆菌素：1987 年，加拿大眼科医生 Jean 在为眼睑痉挛患者注射肉毒杆菌素时，发现患者眉间的皱纹也消失了，于是 Jean 开始尝试肉毒杆菌素在除皱领域的应用。历经三年的研究和临床观察，1990 年，Jean 发表了肉毒杆菌素可消除皱纹的报告，该报告为肉毒杆菌素的临床应用奠定了理论基础。20 世纪 90 年代，美国 Allergan 公司开始对肉毒杆菌素在美容方面的应用进行深入研究，并于 2002 年取得了 FDA 的批准。目前，肉毒杆菌素已在微整形领域内取得了广泛应用。

玻尿酸：从 20 世纪 70 年代开始，玻尿酸便成为眼科手术的辅助剂，由于其具有抑制细胞活性和抑制炎症的特性引起医学界的关注。1985 年，日本化妆品公司资生堂率先开始采用微生物培养法制备玻尿酸。微生物培养法不仅显著降低了玻尿酸的生产成本，使规模化生产成为可能，而且能够根据临床应用需求灵活设定分子量大小，大幅拓宽了玻尿酸的应用场景。随后，由于玻尿酸具有无免疫性、可降解及可吸收的特点，在注射美容领域得到广泛应用（见图 2-3）。

图 2- 3 局部注射类微整形服务发展史



来源：头豹研究院编辑整理

（2）电光美容类：

1960 年，美国物理学家梅曼制成了世界上第一台电光美容类仪器——红宝石激光。1963 年，著名皮肤学专家 Goldman L 开始将红宝石激光应用于良性皮肤损害和纹身的治疗并取得成功，开创了电光美容类微整形服务的先河，同时掀起了电光美容类产品研发的热潮。20 世纪 80 年代，电光美容行业相续出现了铒激光、准分子激光、不断完善的 CO_2激光和脉冲染料激光，激光新技术逐渐应用于研究、疾病诊治和皮肤美容等领域。20 世纪 90 年代初期，利用脉冲式 Nd：YAG 激光治疗皮肤色素病变取得了良好的效果，光电技术在皮肤

美容领域的应用更加深入。20 世纪 90 年代末期，多种光电技术被开发出来，并且广泛运用于皮肤美容，自此皮肤美容与光电技术紧密结合，光电美容逐步走向繁荣（见图 2-4）。

图 2- 4 电光美容类微整形服务发展史

来源：头豹研究院编辑整理

（3）微创吸脂类：

早在 1890 年，法国医生就开始尝试皮肤脂肪切除等减肥方式。1890 年，世界上第一台腹壁成形术成功进行，法国外科医生 Demars 和 Marx 在为一位中年女患者修复脐疝的同时，通过手术成功去除了患者肚子上多余的肥肉。该手术虽然并不属于微创吸脂的范畴，但仍为之后微创吸脂术的发明奠定了理论及临床基础，其精髓沿用至今。

1963 年，德国整形外科医师 Schrudde 采用子宫刮匙为一位年轻女性进行踝部脂肪刮除术，在皮下 1cm 处形成隧道刮除两旁的脂肪组织，并用抽吸的方法去除脂肪组织，从而达到减肥和塑形的目的。该方法手术切口小，是微创吸脂手术的雏形，但由于术后并发症概率高阻碍了其发展和推广。1987 年，法国医生 Klein 首次提出了具有里程碑意义的局部肿胀麻醉吸脂法。Klein 将大剂量稀释的、含有肾上腺素的利多卡因浸润皮下，作为脂肪抽吸的局部麻醉方法，极大地提高了微创手术的安全性，在临床应用中获得了良好的效果，并在世界范围内得到了运用和推广。当下大多微创吸脂手术的方式均基于局部肿胀麻醉法，如超声辅助吸脂术、水动力辅助吸脂术等（见图 2-5）。

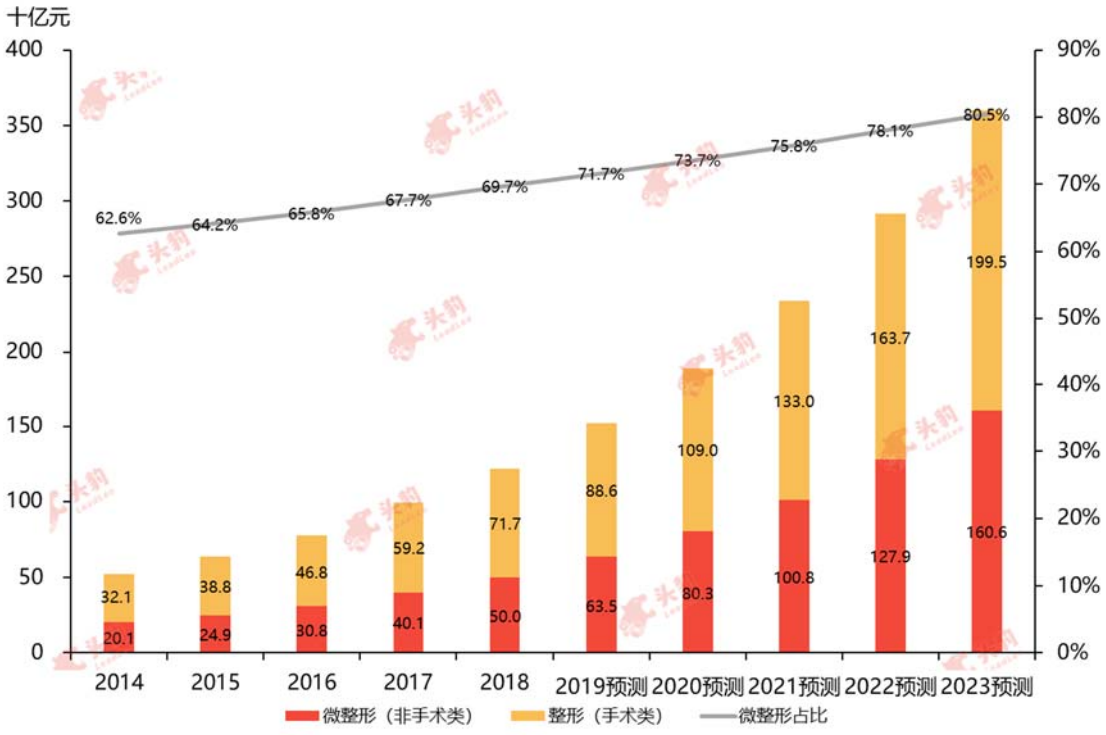
图 2- 5 微创吸脂类微整形服务发展史

来源：头豹研究院编辑整理

2.5 中国微整形服务行业发展现状分析

中国微整形服务行业由于具有风险小、恢复快、效果明显等优势，于近五年来实现快速发展，在整形服务中的占比逐步提升，由 2014 年的 62.6%提升至 2019 年的 69.7%（见图 2-6）。

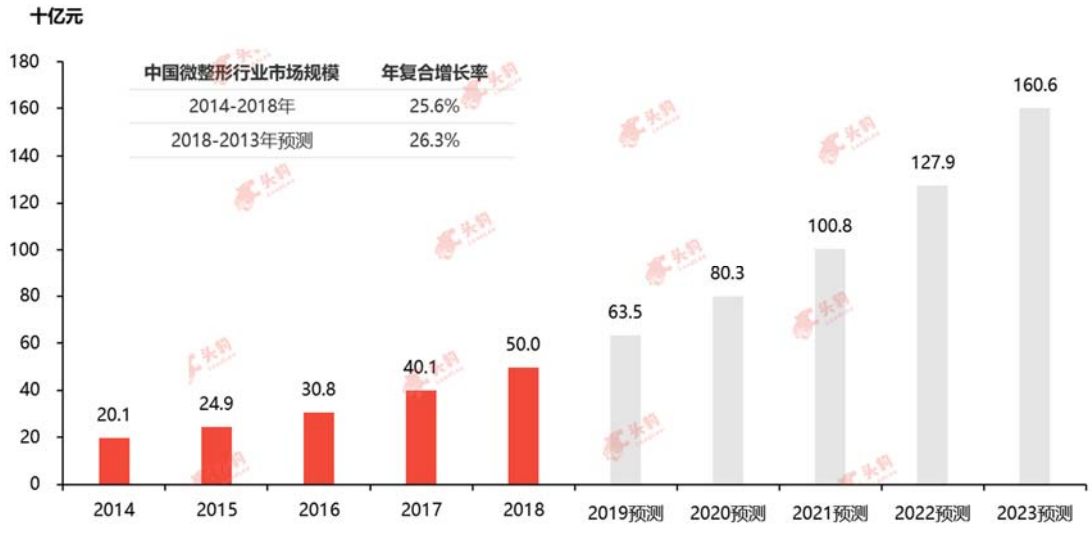
图 2- 6 中国整形服务行业市场规模及微整形服务占比，2014-2023 年预测（按总收入统计）



来源：头豹研究院编辑整理

得益于中国经济的迅速发展以及人民生活水平的提高，愈多消费群体开始关注整形，“网红”、“韩流”等因素都影响着消费者对容貌更加深度的追求，为中国微整形服务行业的发展奠定了基础。此外，微整形行业政策不断完善、国家鼓励社会资本注入整形行业等外部因素也为中国微整形服务行业的发展创造了活力。自 2014 年起，中国微整形服务行业市场规模一直保持着稳定快速的增长。数据显示，2014-2018 年，中国微整形服务行业市场规模（按总收入统计）从 201 亿元人民币增长到 500 亿元人民币，年复合增长率为 25.6%（如图 2-7）。未来五年，中国微整形服务行业市场规模将保持 26.3%的年复合增长率继续快速增长，到 2023 年，市场规模将达到 1,606 亿元人民币。

图 2- 7 中国微整形服务行业市场规模，2014-2023 年预测（按总收入统计）



来源：头豹研究院编辑整理

中国微整形服务行业市场规模持续快速增长，主要受到以下三个因素影响：

（1）技术的发展推动了微整形服务效果及安全性的提升，丰富了微整形服务的内容，促使更多消费者选择微整形服务。

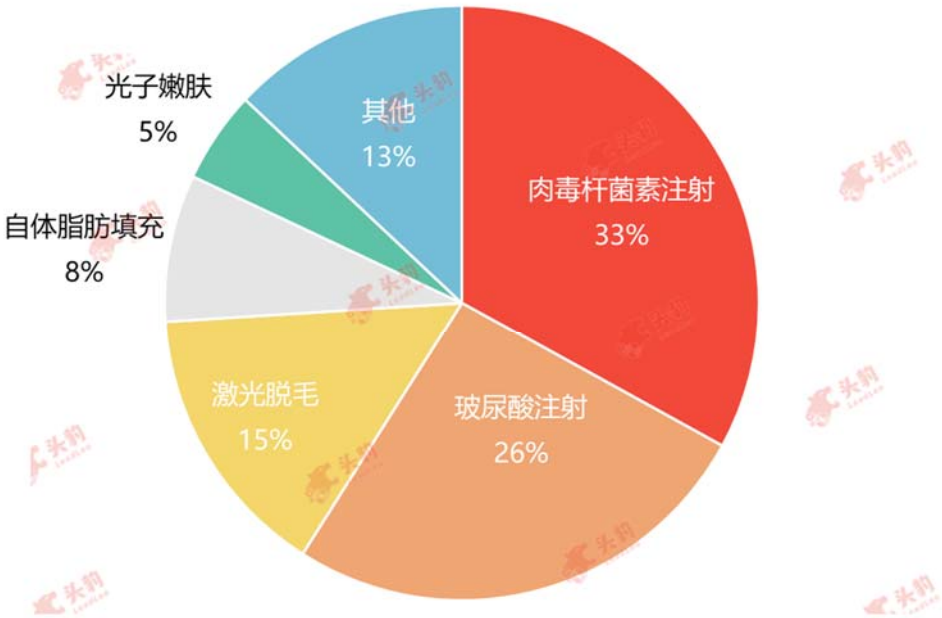
（2）中国经济的高速发展带动了微整形行业的发展。尽管微整形服务项目单次价格较整形服务项目低，但由于其具有消费频次高的特点，总体服务费用较高，因此受消费者收入

水平影响较大。中国居民收入水平的大幅提高，对微整形服务的支付能力增强，为中国微整形服务行业的发展奠定了物质基础。同时，信贷软件（产品）的普及也增强了人们的支付能力。

（3）大众对外表的关注度逐渐提升，微整形作为提升外在气质、优化外在形象的便捷手段，受到大众追捧。

从项目喜好看来，微整形服务中最受消费者喜爱的项目前五名分别为：肉毒杆菌素注射、玻尿酸注射、激光脱毛、自体脂肪填充、光子嫩肤（见图 2-8）。

图 2- 8 中国微整形中最受消费者喜爱的项目（按总收入统计），2018 年



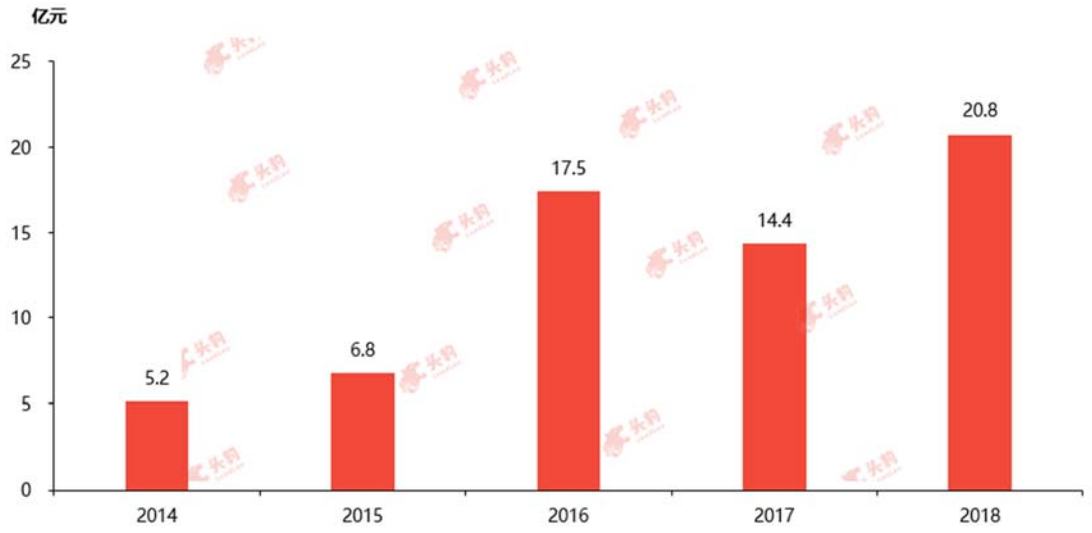
来源：头豹研究院编辑整理

从地域分布的角度看，微整形服务市场热度最高的城市前十名分别为：上海、北京、广州、深圳、大连、苏州、成都、杭州、重庆和武汉。整体而言微整形行业在一线城市的市场热度及成熟度最高，而二、三线城市市场热度及成熟度正在提升，发展潜力较大，在二线城市中，成都受益于政策支持及民众需求高等因素发展最好。

从投资热度看来，2014 年至 2016 年，整体整形行业投资热度逐年上升。2017 年，国

家加大对整形行业的监管力度，导致投资热度下降，同时整形行业也愈加规范。2018 年整型行业投资热度回升（见图 2-9），未来，伴随人们经济水平的进一步提升及对外在美需求的增加，整形行业将继续成长，包括微整形行业在内的整形行业投资热度将继续提升。

图 2- 9 中国整形行业投融资金额，2014-2018 年



来源：头豹研究院编辑整理

2018 年，整形行业共发生投融资事件 11 起，融资金额达 20.9 亿元，其中亿元以上融资共 6 起（见图 2-10）。

图 2- 10 中国整形行业亿元及以上投融资，2018 年

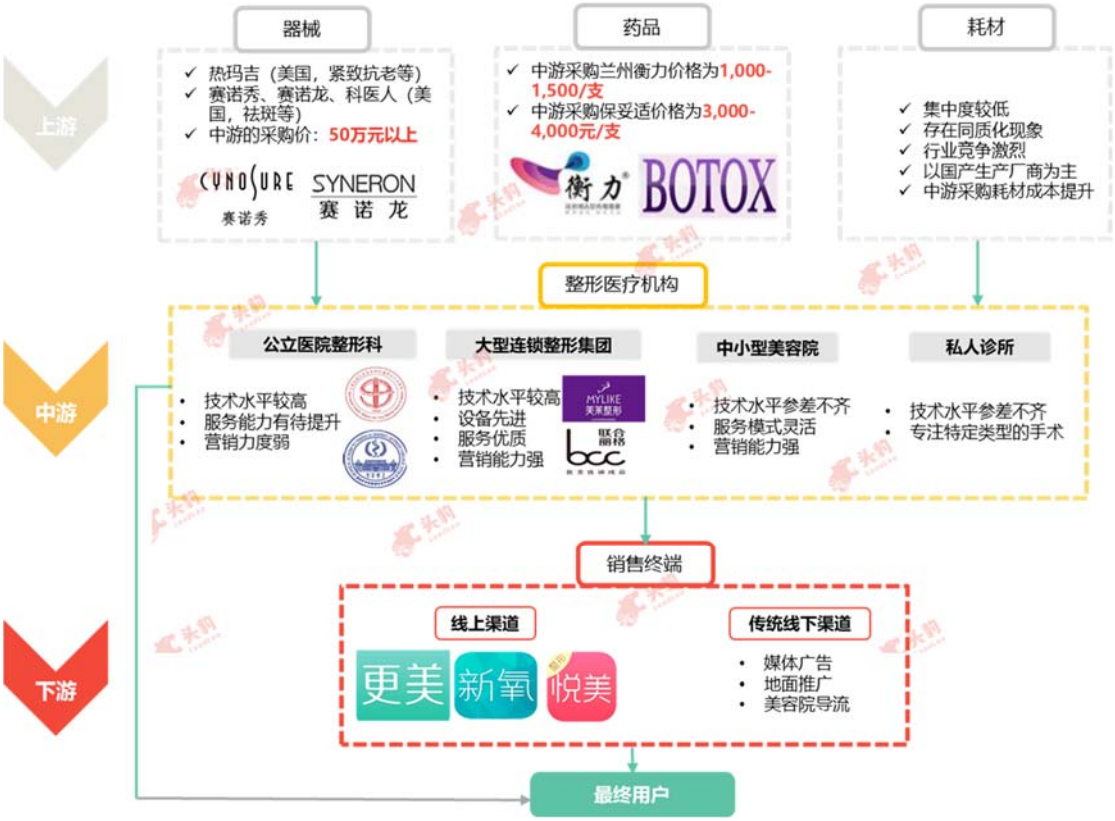
公司名称	融资时间	轮次	金额	投资方
联合丽格	2018-09-18	C轮	4亿人民币	远洋资本
新氧	2018-09-04	E轮	7,000万美元	兰馨亚洲（领投） 中银国际 经纬中国 ...
更美App	2018-07-27	D轮	5,000万美元	美图（领投） 道合母基金 华兴资本（财务顾问）
华韩整形	2018-06-07	新三板定增	1亿人民币	高特佳投资
新氧	2018-03-15	D+轮	2亿人民币	兰馨亚洲（领投） 挚信资本 经纬中国
碧莲盛	2018-01-09	战略投资	5亿人民币	华盖资本

来源：头豹研究院编辑整理

2.6 中国微整形服务行业产业链分析

中国微整形服务行业产业链上游涉及医疗美容器械、药品及耗材生产商，中游环节主体为微整形服务机构，其中公立医院整形科及大型连锁整形集团为微整形服务的主要提供场所，产业链下游市场参与者包括获客渠道及消费者，伴随微整形技术的发展，下游消费者群体将不断扩大（如图 2-11）。

图 2- 11 中国微整形服务行业产业链



来源：头豹研究院编辑整理

2.6.1 上游分析

微整形服务行业上游的医疗美容器械、药品及耗材生产商呈现不同的发展情况，其中器械是上游最重要的组成部分，具体如下：

医疗美容器械：医疗美容器械是通过非介入式或微创疗法，为用户提供医学美容解决方

案的设备或仪器，其功效包括塑身、脱毛、除皱、祛除纹身、改善皮肤外观，常用的医疗美容器械包括：热玛吉、赛诺龙、赛诺秀、科医人、M22 王者之冠等，具体分析如下：

（1）从宏观角度分析：由于医疗美容器械研发、注册、获批及认证所需的时间和资金等投入较多，因此行业壁垒较高。此外，由于这类器械在使用中直接或间接接触人体，因此对安全性及精密度的要求极高，尽管中国已有部分企业拥有生产该类器械的能力，但关键技术仍通过引进实现，产品的稳定性和可靠性也有待提升。目前市场上医疗美容器械仍以进口为主，医疗美容器械生产商对中游企业具有较强的话语权。未来，受市场增长牵引，技术引进、研发投入等的力度加大，中国医疗美容器械生产商将加快发展，逐步加强品牌塑造和终端推广。伴随着技术的成熟、质量的提升，上游医疗美容器械成本优势将逐渐显现，国产替代进口将是长期趋势。

（2）从市场参与者角度分析：行业上游医疗美容器械的市场参与者主要有三类：外资龙头企业、本土大型企业及区域性代理企业。

① **外资龙头企业**以 Apax Partners、El.En.、XIO 及 Hologic 为代表，这类企业拥有多项专利产品，主要通过直销及代理商模式进行产品销售，不做区域授权，产品覆盖全国，其医疗美容器械产品占据中国大部分中高端市场，中游企业对其产品几乎没有议价权。此外，这类公司的医疗美容器械研发成本较高，可复制能力极弱，技术壁垒较高，中游医美机构的采购成本为 50 万元以上。

② **本土大型企业**以复星医药、深圳 GSD、奇致激光为代表，这类企业主要以销售自身产品为主，拥有自己的销售团队，销售渠道以直销和分销为主，产品覆盖全国。本土大型企业已具备不同层级产品的自主研发能力，产品品质与进口产品的差距正逐渐缩小，市场份额逐步提高，对中游的议价能力较强。

③ **区域性代理企业**通常没有自有品牌产品，主要代理其所在区域的医疗美容器械，品

牌多样，利用地区与价格优势进行产品销售，对中游的议价能力较弱。

药品：微整形上游涉及药品主要包括肉毒杆菌素及各类麻药。药品由于生产制备技术含量较高，生产企业数量较少，竞争并不激烈，仍处在供方市场，生产企业盈利能力较强。微整形涉及的药品由进口品牌占据主导，以肉毒杆菌素为例，目前中国市场上仅有两种合规的肉毒杆菌素即保妥适（进口）、衡力（国产），上游的采购成本分别为 3,000-4,000/只，1,000-2,000/只。

耗材：耗材即医疗美容机构常用且消耗频繁的配件类产品，如针头、探头等。医疗美容耗材行业市场集中度较低，产品同质化较为严重，产品集中在中低端，以具有价格优势的常规产品为主，缺乏核心竞争力。由于医疗美容耗材行业竞争激烈，可供中游企业选择的品牌较多，耗材类企业议价能力较弱。近五年来，微整形行业监管愈加严格，消费者对安全性的重视度不断提升，获得国家药品监督管理局认证的产品具有竞争优势。此外，中游企业采购医疗美容耗材的成本已成为不低的开支，以水光针针头为例，水光针针头的采购成本为 130 元/个，通常是一客一换，且一个针头只能接受 250 次的刺入，即便是同一个顾客注射不同部位仍需更换针头。

2.6.2 下游分析

微整形行业的下游包含获客渠道及消费者，中游企业通过获客渠道获得消费者，而后为消费者提供微整形服务。

获客渠道：微整形行业的获客渠道包括媒体广告、美容院导流及地面推广等传统的线下渠道，以及整形 APP、互联网 O2O 整形平台等新兴的线上渠道（如图 2-12）。

图 2- 12 中国微整形服务机构的主要获客渠道及方式

来源：头豹研究院编辑整理

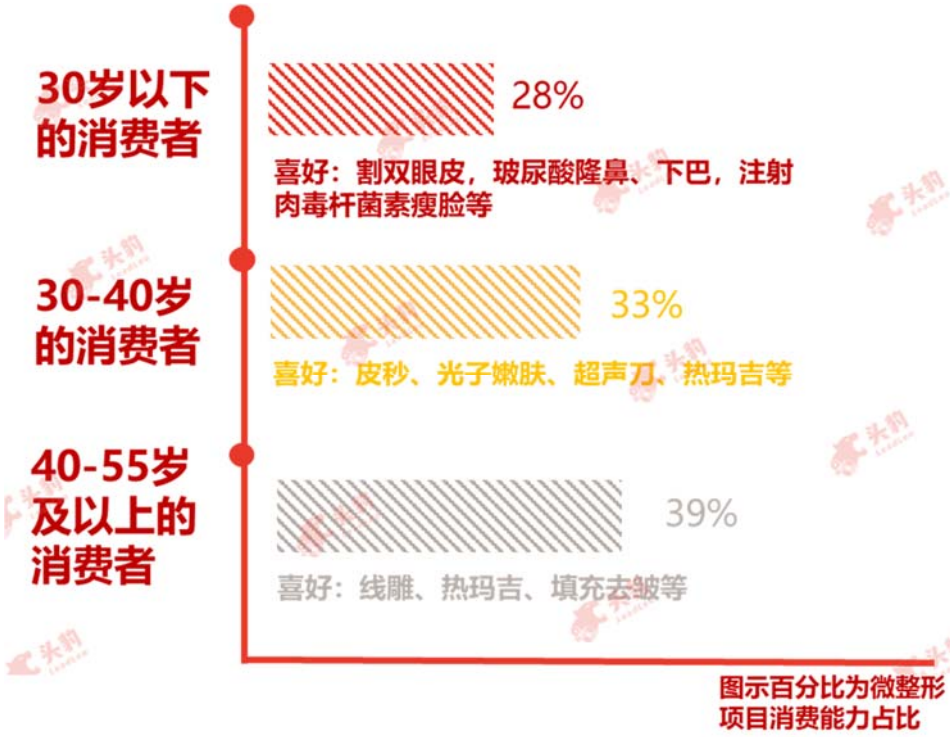
长期以来，中国大部分微整形服务机构多采用媒体广告、美容院、医生、地推人员导流等方式获取客户。传统获客渠道导致消费者与整形机构间存在信息不对称情况，众多消费人群成为了高价引流成本下过度诊疗的牺牲品，长此以往导致消费者对整形行业信任度下降，潜在消费者对微整形消费望而却步。

随着移动互联网应用的大规模普及，传统渠道的获客量减少，80、90 后使用网页搜索的频率逐渐降低，转而通过各类新渠道寻找微整形项目与产品，如微博、直播、医美 APP 等。其中医美 APP 在多种新兴渠道中快速崛起，通过案例分享、医疗机构和医生水平过滤、治疗方案推荐等方式，将价格、医生及机构资质、效果评估等信息全部公开，从而提升了信息的透明度和可信度，促进医疗信息对称，为微整形服务行业提供营销和获取商机的新途径。

消费者：从宏观角度来看，产业链下游的消费者对于微整形的效果和服务质量格外关注，通常会选择口碑好、规模大、拥有强大医师团队的三甲医院整形科或大型连锁整形集团进行就诊。因此，微整形服务机构在发展过程中应当注意通过吸纳高质量医师、配备先进医疗仪器及提高服务水平等手段优化品牌口碑，吸纳更多消费者。此外，当前的民营微整形服务机构呈现同质化的趋势，结合自身优势，提供特色服务的医疗机构，具有更强的市场竞争力。而中游微整形服务机构竞争力的增强，将刺激更多消费者进行微整形消费。

从年龄角度来看，微整形的消费群体主要年龄层为 20-55 岁的女性，在该区间内不同的年龄对微整形的需求、消费能力等均有不同（见图 2-13）：

图 2- 13 中国微整形服务机构消费者年龄及喜好分析



来源：头豹研究院编辑整理

（1）30 岁以下的消费者：该类消费者主要关注五官类及面型改变类项目，如玻尿酸隆鼻、隆下巴、肉毒杆菌瘦脸等，该类项目的客单价约为 3,500-5,000 元/单次。这一年龄层的消费者忠诚度较低，对价格的敏感度较高，追求单价比较低，维持时间足够长的项目。

（2）30-40 岁的消费者：这一年龄层的女性对五官及面型改变的项目需求较低，更多关注皮肤维养及皱纹填充等项目，如皮秒、光子嫩肤、热玛吉等，该类项目的客单价为 2,000-50,000 元/次。该类消费者的忠诚度高于 30 岁以下群体，同一顾客的消费频次约为 2.3 次/年，且对价格的敏感度较 30 岁以下群体低，追求的是微整形项目的效果及产品的品质。

（3）40-55 岁及以上的消费者：该年龄层的消费者尤为注重抗老类项目，如线雕、热玛吉、填充去皱等，该类项目的客单价约为 20,000 元/次。该类消费者对价格的敏感度不高，尤其关注产品的品质，如在玻尿酸填充去皱项目中，中高档的玻尿酸如乔雅登、艾莉薇

等是其首选。这类客户的忠诚度较高，消费频次约为 4.0 次/年。

3 中国微整形服务行业驱动因素分析

3.1 技术发展推动微整形行业进步

技术发展推动了微整形服务效果及安全性的提升，丰富了微整形的项目内容，促使更多消费者接受微整形服务。

3.1.1 光电美容类

科研水平的提升促使光电美容类微整形项目频出，如光子嫩肤（主要功效为紧致肌肤、淡化色斑及平缓轻度皱纹)、热玛吉（主要功效为紧致肌肤，极大程度的平缓皱纹，主要消费者年龄层为 30 岁以上)、线雕（主要功效为提拉下垂的肌肤，主要消费年龄层为 40 岁以上)。多种类的光电美容项目互为补充，满足了各年龄段的多种需求，成为驱动行业全面发展的重要因素。以光电类美容—热玛吉技术的进步为例。

热玛吉是使用专利单极射频技术，高效加热及收紧深层皮肤，同时促进胶原蛋白逐渐增生，达到改善皱纹、紧致肌肤及重塑立体轮廓等效果的医疗美容器械。其工作原理可分为两个阶段：

（1） 第一阶段使胶原蛋白立即收缩，即利用无线电波加热皮肤组织，热能刺激原本因年龄老化而流失并松弛的胶原蛋白纤维产生即刻紧致（见图 2-14)；

图 2- 14 热玛吉热刺激促使皮肤紧致原理

来源：头豹研究院编辑整理

（2） 第二阶段使胶原新生并增加，具体效果为：①治疗后 3 天到 1 个月，新胶原不断合成，胶原层得到补充，皮肤层增厚且变得饱满，使皮肤看上去更年轻；②治疗后 1-3 个月，随着胶原的新生，数量增多，排列更致密，受损的胶原层得到补充，老化松弛皮肤进一步得到修复。

热玛吉发展至今经历了第一代到第五代的更新：第二代相对第一代治疗的输出速度更快，第三代相对第二代应用了舒适的脉冲技术，减缓疼痛感，第四代相对第三代采用了新的黄金治疗头，使治疗更为精准，第五代独创了突破性 AccuREP™技术，能微调及优化疗程中每一发的射频能量，使每发能量输出更贴合肌肤需要，提拉紧肤的效果更均匀（见图 2-15）。

图 2- 15 热玛吉第一代到第五代

来源：头豹研究院编辑整理

第五代热玛吉 Thermage FLX 中的 F 为 FASTER—更快、L 为 ALGORITHM—智能（更精准）、X 为 EXPERIENCE—体验（更舒适），与第四代热玛吉相比，第五代产品除应用了 AccuREP™技术外，治疗速度、治疗精准度及舒适度均有所提升（见图 2-16）。

图 2- 16 热玛吉第四代与第五代的对比

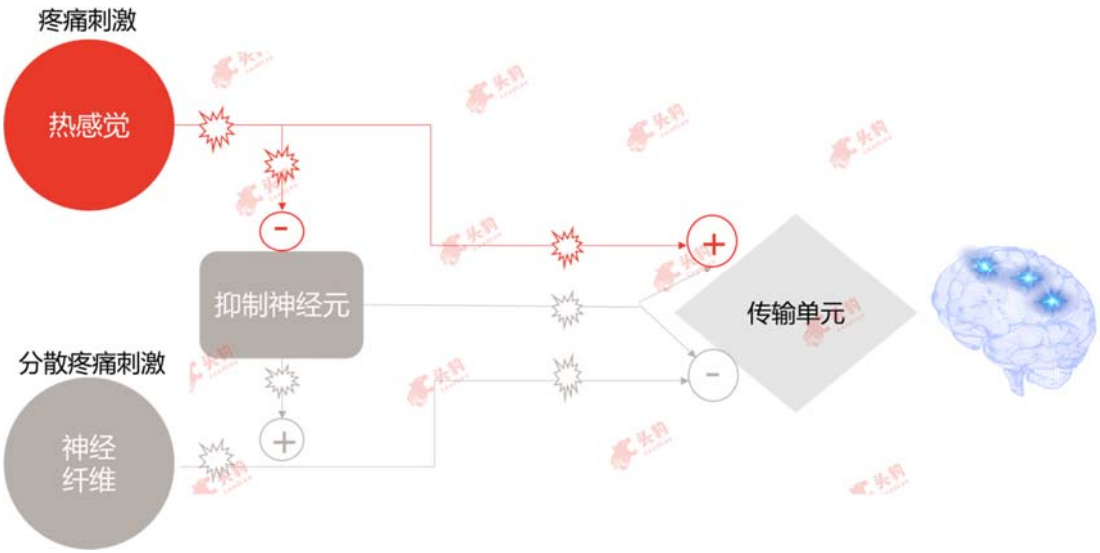
对比	Thermage CPT®平台（第四代）	Thermage FLX™(第五代)
能量源	单极射频	单极射频
治疗技术	纵向电波+冷喷震动	纵向电波+冷喷震动+AccuREP阻抗均衡
治疗发数	900发	900、1,200发
配置	黄金探头	4.0智能全效探头
疼痛度	明显痛感	轻微痛感
风险	低	非常低
治疗时长	90分钟（面部+颈部）	40分钟（面部+颈部）

来源：头豹研究院编辑整理

第五代热玛吉还应用了以下重点技术：

（1）CPT 舒适脉冲技术：间断性的射频脉冲，冷却喷射，振动设计阻断疼痛信号传至大脑，即在大脑在感应疼痛之前，脉冲治疗就已发射结束（见图 2-17）。

图 2- 17 CPT 舒适脉冲技术



来源：头豹研究院编辑整理

（2）AccuREP 技术：该技术优化了能量输出程序，在每一次射频能量发射前进行自动运算，识别不同部位所需要的热量，并微调优化即将发射的能量，使治疗效果更精准，让烫

伤的风险降低为零。

3.1.2 局部注射类

局部注射类项目对医生技术的依赖相对较低，但整形效果高度依赖整形材料的品质，科技的发展推动局部注射类材料的更新换代，使现代微整形材料的应用更加广泛。以玻尿酸为例，最初，从动物中组织中提取玻尿酸材料的方法操作复杂、成本较高，致使玻尿酸注射整形价格高昂，难以推广和普及。而后，科学家研究出新的制备方法（微生物培养法），玻尿酸虽然实现了规模化生产，但一直饱受链球菌污染的威胁，难以保证消费者的健康安全。直到 2010 年，科学家研制出了新菌种合成的玻尿酸，使玻尿酸在降低成本、提高纯度、免受细菌污染的同时，还能自如控制分子量大小，而不同分子大小的玻尿酸针对不同部位的填充，使填充效果更佳，如：大分子量玻尿酸注射后质地较硬、不易被吸收，适合填充、塑形，可用来填充山根、下巴、臀部等位置，小分子玻尿酸通常是水光针的主要成分，可以起到促进营养吸收、增强皮肤弹性、提高皮肤水分以延缓皮肤衰老的效果。玻尿酸材料的发展使玻尿酸注射在不开刀、无需恢复时间的前提下，可以实现祛皱，隆鼻、丰唇、隆下巴、丰太阳穴、填充泪沟和塑造苹果机等效果，能够最大程度地改善面部形态，备受消费者青睐。

3.2 需求增加驱动微整形行业消费

出于职业需求或是对美的重视，消费者对微整形服务的需求增加，驱动了微整形市场的持续性扩容。推动微整形需求增加的原因包括：

（1） 2001 年起，韩国引进的《蓝色生死恋》、《大长今》、《浪漫满屋》等电视剧风靡全国，韩国的整形理念也悄然融入中国市场，该理念认为整形是一种个人修养的提升，优秀的外貌是对他人的尊重，这种理念影响了中国消费者的价值观，促使中国居民对整形的态

度发生良性转变，对微整形的接受度及需求也随之提高。

（2） 许多职业对外表有较高的要求，如“网红”、明星等。“网红文化”快速发展，诸多外表出众的人想要成为“网红”，“网红群体”不断扩大。“网红”对于外表美丽有着更高且更为细微的要求，微整形备受“网红”青睐。而影视明星会通过微整形获得更高的辨识度，得到更多资源和关注，产生的明星效应会带动公众模仿明星的整形行为。有些明星选择向公众公开自己微整形的事实，促使人们认可和向往微整形的美容效果，因此更多人开始尝试采用微整形手段变美。对于普通人而言，很多职业亦需要良好的形象，如销售、公关等。良好的外在形象能够带来工作便利，提高选择优先度。

（3）微整形是高科技医学技术的应用，微整形无需开刀，其安全性打消了诸多想改变自己但恐惧手术的消费者的顾虑。此外微整形可使消费者短时间内变美、变年轻，同时微整形项目均为无创或微创的，恢复时间短，不会影响消费者的正常工作生活，促使更多人选择微整形项目。

3.3 收入提升保障微整形行业发展

微整形项目的价格相比手术整形整体较为低廉，但对于工薪阶级而言仍然是一笔不小的支出，其发展受居民收入水平影响较大。例如玻尿酸注射，单次费用在 500-20,000 元人民币。再如热玛吉，单次费用通常在 3 万元左右。

微整形消费的特点为重复性和高频性，因此需要持续消费以保持良好的效果。例如局部注射类微整形项目，时效为六个月到一年时间，超过期限后注射物会被人体吸收，需要继续补充注射才能维持良好的状态。此外，微整形项目的后期护理也需要投入大量资金，例如超声刀项目的后期护理对美容效果和持续时间有重大影响。消费者接受服务后需要进行三到五年的胶原蛋白补充摄入，但普通胶原蛋白达不到良好的维持效果，需使用特殊研制且价格昂

贵的高科技胶原蛋白才可达到预期效果。尽管相比于大型手术类整形，微整形服务的价格较低，但定期接受服务和后期护理仍然是一笔较大的支出，需要消费者稳定的收入增长为行业发展保驾护航。

在经济持续增长和城镇化进一步发展的大背景下，中国居民的人均可支配收入在 2014 年到 2018 年间实现了持续增长。国家统计局数据显示，2018 年，全国居民人均可支配收入 28,228.0 元，同比名义增长 8.9%。2014-2018 年全国居民人均可支配收入的年复合增长率达到 8.8%（见图 3-1），为微整形的发展提供了坚实的经济基础。

图 3-1 中国居民人均可支配收入，2014-2018 年

来源：国家统计局，头豹数据中心编制

4 中国微整形行业制约因素分析

4.1 人才资源匮乏制约行业技术发展

微整形服务潜在消费需求不断释放，与之相矛盾的是微整形领域人才资源匮乏，无法满足巨大的市场需求，从而限制了微整形市场的进一步扩容。微整形服务行业人才的不足主要体现在以下三个方面：

（1）培养机制不完善导致人才数量不足，人才质量参差不齐：中国在微整形人才培养方面与发达国家相比仍有较大差距。以美国为例，合格的整形医师必须经过至少九年的专业学习才能够取得执业医师证明，考取执业医师证明后还要经过至少两年的临床学习才能够独立提供微整形服务（见图 4-1）。在中国，极少有学校单独设置微整形或整形专业，行业人才多由其他科室转业而来，通过专家进修掌握专业知识。专家进修培训时间较短，且缺乏完善的课程体系，导致微整形医师数量不足且质量参差不齐，提供的微整形服务质量难以比肩美国等发达国家，制约中国微整形行业的进步与发展。

图 4-1 中美两国微整形医师培养模式对比

来源：头豹研究院编辑整理

（2）复合型人才稀缺：微整形医师不仅需要掌握整形技术，还需要在其基础上，辅以心理学、美学知识及丰富的临床经验，才可提供高质量的微整形服务。但中国微整形行业起步较晚，相关人才的知识体系较为单一，大部分微整形服务机构的医师仅充当“操作员”的角色，缺乏与消费者的充分沟通和对美的个性化设计，造成“复制工程”效果（即微整形服务后消费者外貌趋同），削弱了微整形服务效果，抑制了消费者对微整形服务的选择。

（3）人才地域分布不均：一线城市及成都、重庆、武汉等二线城市占据了中国 50%以上的微整形医师资源。在三、四线城市，微整形需求群体数量庞大，但医师资源十分稀缺，其数量远不能满足现有的微整型需求，导致服务质量不高，整形效果不佳，不利于微整形服

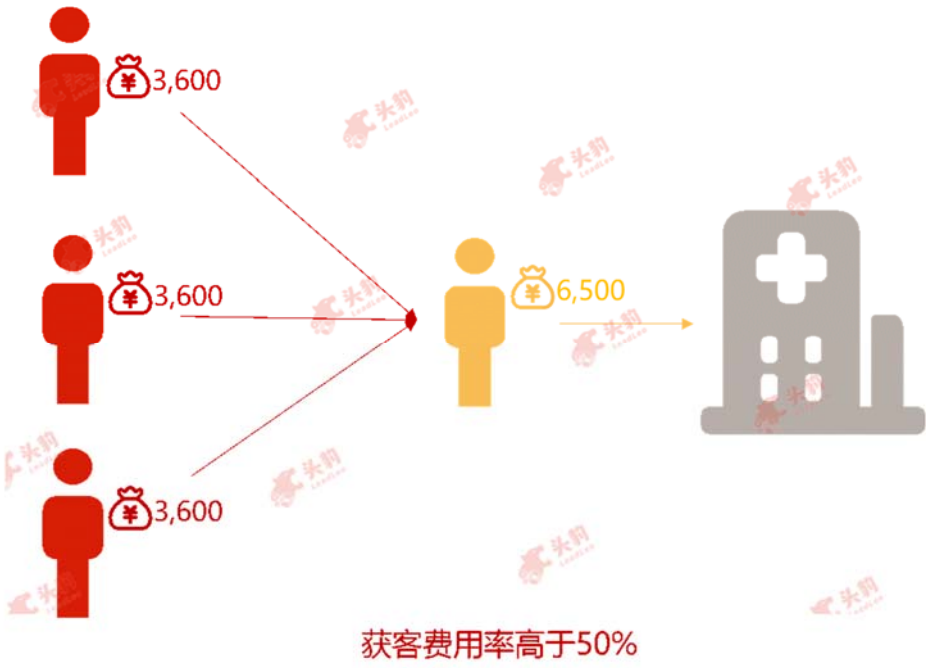
务的普及。

4.2 获客成本高昂压低行业盈利水平

受益于政策等原因，民营整形医疗机构已经成为微整形服务的重要提供方。民营整形医疗机构扩张速度快，但获客费用高，盈利水平仍有待提升。中国民营整形医疗机构虽数量众多，但由于行业渗透率较低，龙头企业市场占有率不高，行业集中度较低，行业内企业大多通过广告、竞价排名等方式吸引顾客，造成民营整形医疗机构获客成本高、盈利能力不足的现状。

据测算，通过对有着十余年口腔医疗行业工作经验的行业专家访谈得知，民营整形医疗机构获取一个到店客户的平均成本约为 2,200-5,000 元，以每 3 个到店客户转化为 1 个成交计算，每个有效客户的获取成本高达万元左右，而微整形行业客单均价约为 3,000-10,000 元，民营整形医疗机构的获客费用率达到了 50%以上（见图 4-2）。偏高的营销费用率大幅提高了民营整形医疗机构营业成本，影响了微整形行业的盈利水平。同时，微整形是具有循环消费属性的行业，如果新客不能成为老客，一直获取新客，就会呈现亏损的状态。此外，受限于盈利水平，部分商家为提高利润或盲目抬高微整形项目价格，或使用安全性能不过关的医疗美容器械，可能导致微整形安全事故的发生，阻碍微整形行业健康发展。

图 4-2 获客成本及营销费用率



来源：头豹研究院编辑整

5 中国微整形行业投资风险分析

5.1 医疗风险

目前，中国微整形服务技术已经较为成熟且多数微整形项目操作均是在洁净的环境下完成的。但由于微整形服务行业内存在医生素质差异及患者个体差异等，同时相关医学领域仍存认知局限，导致微整形诊疗过程不可避免地存在着程度不一的风险，医疗事故和差错无法完全杜绝。具体而言：

（1） 由于医疗机构及医务人员在医疗活动中，不按医疗法律、法规、规章所规定的法定程序进行医疗活动，不按诊疗护理操作常规、规范所规定的方式、步骤、要求开展或实施各种技术操作或常规导致医疗过失造成医疗风险；

（2） 并非诊疗行为造成的医疗过失，而是由于其他不可抗力、不可预测的原因所致的医疗意外，如药物过敏，或是在诊疗后患者出现目前行业技术条件下难以避免的并发症带

来的医疗风险。

5.2 民营医疗机构社会认知风险

居民对微整形服务消费能力的提升及政策利好促使民营整形医疗机构快速发展，行业内的竞争者数量快速增长，但资深民营整形医疗机构的数量十分有限，行业整体集中度低，连锁集团化程度低，行业内大多参与者规模较小、服务量较少，服务能力有限。此外，行业内小部分参与者诚信度低、缺乏自律、导致行业内负面消息时有爆出，损害了民营整形医疗机构的整体口碑。

6 中国微整形服务行业相关政策分析

6.1 行业监管政策较少但日趋严格

中国整形行业起步较晚，近五年来，整形医疗事故时有发生，国家对整形行业的监管力度逐渐趋于严格，行业监管力度及体系日趋完善，微整形作为整形的分支行业亦会受政策影响逐步规范化（如图 6-1）。

图 6-1 微整形服务行业监管政策

政策名称	颁布日期	颁布主体	主要内容及影响
《严厉打击非法医疗美容专项行动方案》	2017-06	（原）卫计委等7部门	打击非法“微整形”等违法犯罪活动，维护消费者权益。这被业内称为“史上最严整治非法整形”的行动
《关于加强医疗美容主诊医师管理有关问题的通知》	2017-03	（原）卫计委	开展医疗美容服务的医疗机构要严格按照原卫生部办公厅《关于印发<医疗美容项目分级管理目录>的通知》要求，确定本机构可开展的医疗美容项目。要严格按照《医疗美容服务管理办法》第十一条和《关于加强医疗美容主诊医师管理有关问题的通知》规定，结合医师资格类别、医师执业范围对本机构的医疗美容主诊医师专业进行核定
《医疗美容服务管理办法（2016修正）》	2016-01	（原）卫计委	该政策对医疗美容机构的设置、登记，医疗美容机构执业人员资格、执业规则等都提出了新的要求，目的为规范医疗美容服务，促进医疗美容事业的健康发展，维护就医者的合法权益

来源：头豹研究院编辑整理

2016 年 1 月，原国家卫计委出台了《医疗美容服务管理办法（2016 修正）》，该政策对医疗美容机构的设置、登记，医疗美容机构执业人员资格、执业规则等都提出了新的要求，如要求任何单位和个人，未取得《医疗机构执业许可证》并经登记机关核准开展医疗美容诊疗科目，不得开展医疗美容服务。该政策的目的为规范医疗美容服务，促进医疗美容事业的健康发展，维护就医者的合法权益。2017 年 3 月，原国家卫计委发布的《关于加强医疗美容主诊医师管理有关问题的通知》提出，开展医疗美容服务的医疗机构要严格按照原卫生部办公厅《关于印发<医疗美容项目分级管理目录>的通知》要求，确定本机构可开展的医疗美容项目。要严格按照《医疗美容服务管理办法》第十一条和《关于加强医疗美容主诊医师管理有关问题的通知》规定，结合医师资格类别、医师执业范围对本机构的医疗美容主诊医师专业进行核定。

除出台更为严格的管理政策外，国家还大力开展监督检查行动。2017 年 5 月，原国家卫计委联合公安部办公厅、海关总署办公厅、工商总局办公厅等七部委开展“打击非法医疗

美容专项行动”，对医疗美容机构是否超执业和聘用非卫技人员开展医疗美容服务进行检查，对非法制售和使用注射用玻尿酸、肉毒杆菌素等微整形药品的现象严肃惩处，重点整治非法医疗美容机构和非法行医场所，严肃打击医美贷等。根据中国日报报道，该行动开展一年多以来，各地方政府配合中央七部委共查处案件 2,700 件以上，吊销 28 家医疗机构相关许可证，责令 47 家医疗美容职业技能培训机构整改，捣毁制售假药黑窝点 728 个，总涉案金额近 7 亿元，全国海关立案侦查、调查各类胶原蛋白、肉毒杆菌素等走私违法犯罪案件 912 起。该行动仍延续至今，在日趋严格的行业监督管理政策下，微整形行业的发展正在规范管理、健康发展的道路上稳步前行。

6.2 行业支持政策日益多样

微整形行业作为医疗美容行业的重要分支，深受医疗美容相关政策的影响。国务院、原国家卫计委等机构对医疗美容行业的健康发展十分重视，除出台相关法律政策加强行业监管外，还对行业发展提出了一系列发展指导意见，相关政策和意见为微整形市场的成熟和繁荣提供了有力支持（如图 6-2）。

图 6-2 微整形服务行业支持政策

政策名称	颁布日期	颁布主体	主要内容及影响
《成都市加快医疗美容产业发展支持政策》	2018-05	成都市政府办公厅	重点对支持医美人才加快聚集提出了若干措施。对来成都从事医美产业创新创业的诺贝尔奖获得者等国际顶尖人才（团队），可最高综合资助1亿元。对两院院士、国家“千人计划”“万人计划”专家，或在医美产业领域作出重大贡献的本地创新型企业家、科技人才，给予相应的创新创业支持；对入选“蓉漂计划”的顶尖创新创业团队可最高资助500万元、个人可最高资助300万元等
《成都医疗美容产业发展规划（2018-2030年）》	2018-04	成都市经信委	着力提升成都医疗美容产业的质量和规模，加快聚集国内外知名医疗美容企业、机构和人才，不断增强产业竞争力、影响力和辐射带动力，预计到2025年，成都医疗美容产业营业收入达到1000亿元，2030年达到2000亿元，成为全国领先、全球知名的“医美之都”
《“互联网+医疗健康”发展意见》	2018-04	国务院	提出健全“互联网+医疗”服务体系，鼓励医疗机构优化资源配置，创新服务模式，提升服务效率，降低服务成本，利用互联网技术构建诊前、诊中、诊后线上线下一体化医疗服务模式
《中国整形美容协会医疗美容机构评价工作管理办法》及《医疗美容机构评价标准实施细则（2017版）》	2017-01	中国整形美容协会	标志着医美行业将推行分级管理，选择整形医疗机构将有据可依
《关于推进和规范医师多点执业的若干意见》	2014-12	（原）卫计委	允许医师多点执业，允许医务人员在不同主体医疗机构有序流动
《关于加速发展社会办医的若干意见》	2013-02	（原）卫计委	加大社会办医的支持力度，支持非公立医疗机构提升服务能力

来源：头豹研究院编辑整理

2013 年到 2015 年间，原国家卫计委发布了《关于加速发展社会办医的若干意见》和《关于推进和规范医师多点执业的若干意见》，大力支持社会办医疗机构，通过指导医师多点执业弥补了整形行业专业人才缺失的问题，辅助微整形行业健康发展。中国整形美容协会则发布了医疗美容机构评价标准及实施细则，为医美资质评级背书，保障消费者安全。2016 年 12 月，中国整形美容协会公布了在江苏、广东、四川三省开展的医疗美容机构评级活动，32 家报名的医疗机构中，获评 5A、4A、3A 级的医疗美容机构分别为：5 家、7 家、6 家。其中，5A 级为最高级别，该级别的整形美容医院在内部规范管理、保障患者安全、临床技术力量、医疗服务质量、医疗服务水平等方面都名列前茅，使消费者选择医疗美容机构时有据可循。

2018 年 4 月，国务院办公厅发布“互联网+医疗健康”发展意见，鼓励医疗机构优化资源配置、创新服务模式、提高服务效率、降低服务成本。利用互联网技术构建覆盖诊前、诊中、诊后线上线下一体化医疗服务模式，实现远程医疗的应用和推广。该政策起到了完善微整形后期护理环节的作用，为消费者提供更全面优质的服务。在国家行业政策逐渐完善的情况下，未来医疗美容机构将以优化市场形象，提升客户体验和服务创新能力为核心，大力推动微整形行业的发展，逐渐摆脱行业乱象，走向规范发展、健康发展的道路。

各地区政府也相继出台政策支持医疗美容行业发展，其中成都市的医疗美容政策利好程度尤为突出。2017 年成都市政府提出将成都建为“医美之都”，2018 年成都陆续出台了《成都医疗美容产业发展规划(2018-2030 年)》和《成都市加快医美产业发展支持政策》，重点对支持医疗美容人才加快聚集提出了若干措施，支持产学研用协同创新，支持医疗美容龙头企业（机构）联合高校院所以及产业链上下游企业实施产业集群协同创新项目，上述政策的颁布加快了成都医疗美容行业发展的步伐。

7 中国微整形服务行业未来发展趋势

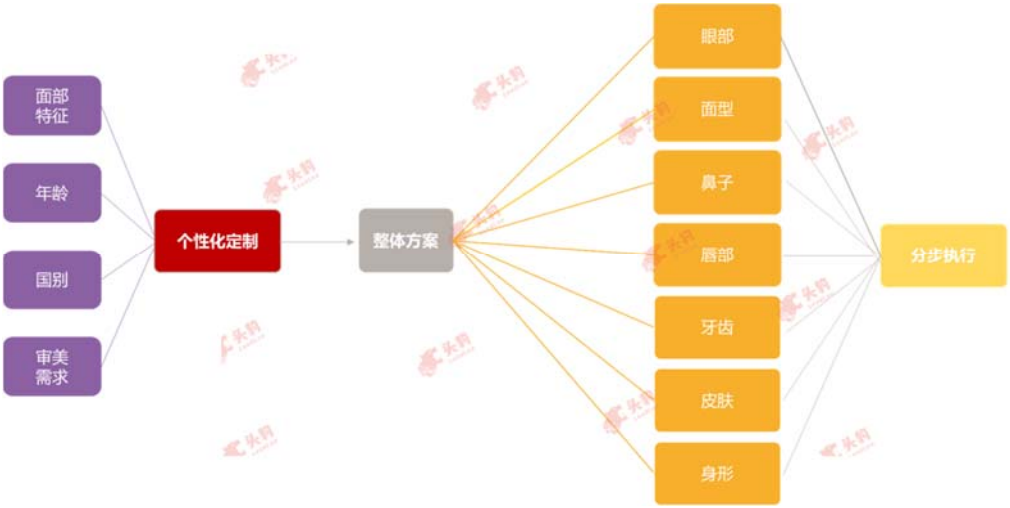
7.1 服务更加私人定制化

截至 2018 年底，中国拥有近万家正规医疗美容机构提供微整形服务。从近五年的发展趋势来看，提供微整形服务的新增企业数量不断增加，市场内竞争程度越发激烈，去同质化经营成为多数企业的发展战略。由于消费者对于整容的排斥感主要来自雷同感，“千人一面”更是消费者普遍担心的整形结果，因此消费者更加青睐个性化、时尚化的专属产品和服务。

私人定制微整形服务是运用面部协调美学理论，根据颜面部特征及不同国别、地区消费者审美心理需求的变化，结合各种先进的五官整形和面部年轻化的方法，将眼、鼻、唇、齿、

颌、面、肤等部位按照个性化、系统化、整体化的策略，为消费者私人量身订制的一整套设计全面的微整形服务，因此，私人定制微整形服务能使整形美容的效果更好、更自然。此外，传统微整形服务只针对消费者局部进行调整，而私人订制微整形服务则是基于整体整形效果的考量，针对性地选择专业的整形美容医师，根据消费者的年龄、职业、审美情趣、个人基础条件等多重因素，量身定制的微整形整体解决方案，能够为消费者提供更精细化的服务。在技术上，私人定制微整形服务会根据消费者个人的求美诉求，将微整形过程细分到每一个步骤，通过更精细的操作来保证整形效果。在理念上，私人定制微整形服务颠覆了传统单项整形的模式，提出综合整形的概念，即根据个人面部特点和美学原理，综合考虑消费者的要求、个性，设计整体的面部美丽提升方案。比起传统整形，综合整形更能够满足消费者需求（见图 7-1）。

图 7-1 私人订制微整形服务流程



来源：头豹研究院编辑整理

私人定制微整形服务模式对比传统微整形服务效果更佳、个性化服务程度更高，或将将逐渐取代传统微整形服务，成为行业发展的新趋势。

7.2 行业发展更加规范化

由于微整形相对于手术类医疗美容项目，更加具有安全性、时效性和经济性，因此受到市场和资本的广泛关注，愈多资本开始布局微整形行业。然而，在经济利益的驱使下，市场上开始出现了鱼龙混杂的局面，微整形事故时有发生，不利于该行业未来的持续发展。

为了整顿微整形行业中出现的乱象，减少因不良事故发生对消费者人身健康的伤害，中国有关部门和行业协会开始陆续出台相应的法规和政策规范行业发展。2017 年以来，国家相关部门相继出台了《中国整形美容协会医疗美容机构评价工作管理办法》、《医疗美容机构评价标准实施细则（2017 版）》、《关于加强医疗美容主诊医师管理有关问题的通知》及《关于开展严厉打击非法医疗美容专项行动的通知》等政策，上述政策均要求规范微整形服务行业的运行秩序，对行业内服务机构的运营标准、医师的从业资质等均提出了更高的要求。未来，微整形服务需求激增加速该行业规模不断扩张，政府部门将愈加重视微整形服务行业的健康发展，相关的配套政策也将陆续出台，微整形服务行业在内将会运行地更加合理和规范。

此外，新兴线上获客渠道的发展使消费者拥有更多了解微整形服务机构的渠道，如微博、直播 APP、医美 APP 等。通过这些渠道，消费者可以了解真人微整形服务案例、医疗机构和医师水平高低等，微整形服务项目的价格、医师及服务机构资质、效果评估等信息公开程度大幅提升，从而提升了信息的透明度和可信度，同时亦会促进微整形服务机构重视其口碑的提升。未来，新兴线上获客渠道将会进一步发展，微整形行业规范化程度亦会持续提升（见图 7-2）。

图 7-2 新兴获客渠道提升微整形行业透明度示例

来源：头豹研究院编辑整理

8 中国微整形服务行业竞争格局

8.1 微整形服务行业竞争格局分析

中国微整行业市场整体处于饱和状态，但行业集中度不高，行业内竞争尤为激烈。主要原因为中国微整形市场规模大，多种医疗美容机构并存，种类多、数量多，但尚未形成龙头企业垄断市场。民营医疗美容机构的牌照申领政策当前仍较为宽松，行业壁垒薄弱导致医疗美容机构林立，呈现出“百花齐放”的局面。

微整形行业的竞争格局主要由四部分组成：公立医院整形科、大型连锁整形集团、中小型美容院及私人诊所，除公立医院外，其余竞争参与者多为民营机构。

（1）公立机构—公立医院整形科

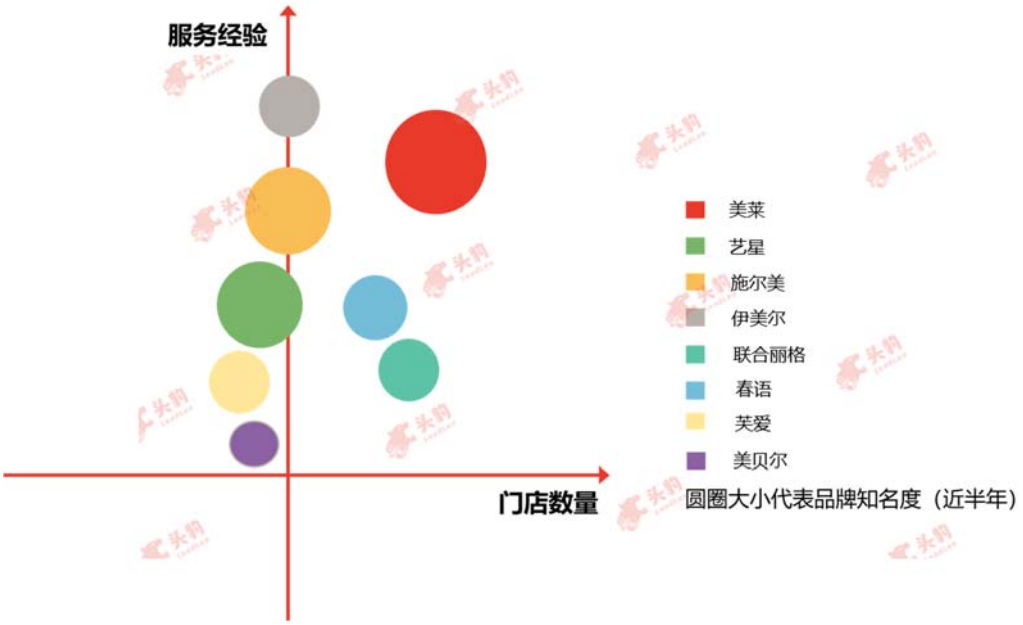
公立综合医院大多设有整形科，通常拥有高素养的整形医生并配备尖端整形设备，同时，其进货渠道受政府监督管理，决定了其药品和价格的标准化和正规化。公立医院更看重医院声誉，因此通常会根据消费者情况推荐手术项目，不会因价格而推荐更多消费。目前，声誉最佳的公立整形医院大多集中在北京和上海，北京以北京八大处为代表，上海以九院及华西

医院为代表，但该类机构不以微整形项目为主要服务内容，手术类整形项目占比加到，而且受医院数量和病患接待量的限制，难以满足消费者日益增长的微整形需求。同时，由于其非营利性质，很少对外进行营销和推广，虽然技术水平相比同行业处于领先水平，声誉佳，但所占微整形市场份额不大。

（2）民营机构--大型连锁整形集团

民营机构占据了整形行业最有竞争力的市场份额，其中大型连锁整形集团优势逐渐凸显。依据品牌知名度、门店数量、服务经验可将大型连锁美容机构划分为三个梯队（见图 8-1）：

图 8-1 大型连锁美容机构参与者分析



来源：头豹研究院编辑整理

① 第一梯队以美莱、艺星、伊美尔等为代表，该类医疗美容机构成立时间较早，具有丰富的服务经验，门店数量较多，同时在营销费用方面投入较高，使其在消费者间更具知名度，更易获得有竞争力的市场份额。

② 第二梯队以联合丽格、芙爱、春语为代表，该类医疗美容机构成立时间较晚，但扩张速度较快，发展潜力较大。

③ 第三梯队以美贝尔为代表，该类医疗美容机构成立时间较早，早期发展较好，在竞

争日趋激烈的市场环境中，该类机构服务能力、知名度等方面仍需提升。

（3）民营机构--中小型美容院

中小型美容院具有地域性特点，通常在一个地区或一个城市口碑较好，以微整形项目为主要业务，服务向本地化方向发展。该类机构特点是便利性高，高频、低技术性的微整形服务在离家较近的中小型美容院进行对消费者而言更便利。中小型美容院未来将继续覆盖大型连锁医美机构还未覆盖的三、四线城市，有效填补市场空白。

中小型美容院在微整形行业具有一定的优势，也受到一定限制。如：受规模的限制，中小型美容院的推广成本和获客成本可能占据营业收入的很大比例，限制其盈利能力，阻碍其进一步扩张。同时，聘请和留住优秀医生也需要一定的资本支持，较低的利润会影响医生的留存率，即使是对医生技术要求相对较低的微整形业务，也需要有执业资格和经验丰富的优质医生，否则将威胁到消费者的体验及安全。中小型美容院由于盈利能力有限，聘请和留住优秀医生存在一定困难。

（4）民营机构—私人诊所

私人诊所在医疗环境、知名度和资本方面均处于相对劣势，受限于医生资质不足、进货渠道不正规等因素，私人诊所发展受到限制。

8.2 微整形服务行业投资企业推荐

8.2.1 美莱医疗美容连锁医院集团

（1） 企业简介

美莱医疗美容连锁医院集团（下简称：美莱医美）成立于 1999 年，总部位于上海，是中国较早的连锁医美机构之一。旗下拥有“美莱”、“华美”、“紫馨”三个医美品牌。截至 2018 年 12 月，美莱医美旗下连锁门店共计 30 余家，实体医院已遍布中国的一、二、三

线城市（见图 8-2），主要集中在沿海发达中心城市，不仅包括北京、上海、重庆、天津等直辖城市，还包括绝大部分省会城市。未来三年，美莱医美的连锁医院将扩展至 40-50 余个城市，满足所有大中型城市的消费者需求。

图 8-2 美莱门店分布

来源：头豹研究院编辑整理

（2） 主要业务

美莱医美的主营业务包括：眼部塑美、鼻部塑美、胸部塑美、脸型塑造、祛斑美肤、祛痘修复、持久脱毛、中医美容等（见图 8-3）

图 8-3 美莱主营业务（不完全统计）

类别	特点
眼部塑美	眼部美容：双眼皮、开眼角、个性定制美眼、眼睑凹陷、黑眼圈、美瞳线等 眼部抗衰：祛眼袋、眼睑松弛等 眼部修复：眼睑下垂、双眼皮失败修复、开眼角失败修复、眼袋失败修复等
鼻部塑美	鼻部美容：自体软骨隆鼻、膨体隆鼻、假体隆鼻、个性化定制隆鼻、线性隆鼻、鼻翼缩小、垫鼻梁、全鼻缩窄 、鼻尖整形、鼻小柱整形、朝天鼻矫正等 鼻部修复：鼻整形失败修复、歪鼻矫正、再次鼻整形、假体取出等
胸部塑美	胸部美容：假体隆胸、自体脂肪丰胸、复合隆胸等 胸部修复：假体隆胸失败修复、自体脂肪隆胸修复、假体取出等
脸型塑造	塑形部位：瘦脸、隆下巴、去双下巴、丰面颊、丰额头、丰苹果肌、丰太阳穴、唇部、耳部、酒窝成型、个性化定制脸型等
减肥塑形	瘦身部位：瘦腰腹、瘦大腿、瘦小腿、瘦手臂等
美白嫩肤	针对症状：毛孔粗大、黑头、粉刺、黑眼圈、粗糙暗黄、敏感肌等
紧肤除皱	除皱部位：鱼尾纹、法令纹、妊娠纹、抬头纹等
持久脱毛	激光脱毛、脱唇毛/胡子、脱腋毛、小腿脱毛、大腿脱毛等
中医美容	中医微针美容、中医美白除皱、汉方祛痘、通络祛斑、胎盘多肽、水精灵纳米护肤等

来源：美莱官网，头豹研究院编辑整理

（3） 竞争优势

强大的医师团队：美莱医美对优质的医师资源极为重视，发展初期便已确立了以医生核心的运营模式。至今，美莱医美共拥有 50 余名博士医师，同时近 80 人拥有“副主任医师”或“主任医师”称号。此外，美莱医美不断引进来自韩国、台湾等医美发达地区的知名整形医师，壮大专家团队。美莱医美亦会根据医生的核心能力为其建立相应的科室并配备科室人员，同时予以优质的医生颇为可观的收入，促使人才涌入美莱医美。

先进的医美器械：美莱医美的技术设备水平始终保持在行业领先，为达到超高的医美服务质量，提升顾客满意度，美莱医美紧跟行业发展前沿，采用世界先进医疗设备，包括来自以色列飞顿公司的深蓝热塑射频、彩光嫩肤仪及来自韩国的德玛莎二代。除此之外，美莱采

用来自美国、韩国、瑞典界顶级的医用材料以确保良好的术后效果，减少因医疗材料的不良率引发的医疗事故。

（4） 战略定位

美莱面对竞争日趋激烈的环境，顺应时代需求，不断完善自身建设。具体而言：

（1） 美莱坚持发展企业品牌，产品线全品牌战略，提升企业可持续发展能力和品牌溢价。

（2） 洞察国际行业趋势结合中国消费者消费文化和需求趋势，依托医疗技术发展和强大的国内外专家团队优势，依托品牌创新不断强化各细分市场的产品服务的业务整合优势。

（3） 坚持顾客第一的理念，美莱提供的医美服务除私密感、满意度等不断提升，还需让到美莱成为顾客的一种生活方式。

8.2.2 艺星整形美容医院

（1） 企业简介

艺星整形美容医院（下简称：艺星医美）前身为维纳斯医疗美容有限公司，于 2009 年成立于浙江杭州。2010 年 6 月，维纳斯医疗美容有限公司收购上海、武汉、温州等韩国艺星医美机构全部股权，并更名为艺星医疗美容集团股份有限公司，开始以艺星品牌提供医疗美容服务。

（2） 主要业务

艺星医美目前共有 19 家连锁机构，主要分布在北京、上海、深圳、大连、南京、成都等一、二线城市（见图 8-4）。艺星医美的诊疗业务覆盖全面，涵盖整形美容、皮肤美容、口腔美容、微整形等诸多领域，其中，微整形业务是其支柱项目，贡献了约 50.0%-56.9%

的主营业务收入。

图 8-4 艺星门店分布

来源：头豹研究院编辑整理

（3） 竞争优势

知名度高，品牌效应明显：艺星医美品牌知名度较高。艺星医美每年使用约 40%毛利润进行销售和推广，以增强品牌知名度，慕名而来的新客户（即在当年首次接受治疗的客户）持续增长，由 2015 年的 19,636 人增长至 2017 年的 72,795 人，年复合增长率高达 92.5%。同时，艺星医美努力利用其优秀的品牌知名度，打造稳定的客户群。返客（当年已接受一次治疗且以前年度曾接受至少一次治疗的客户）数量也逐年增加，2014-2018 年间返客数量的年复合增长率达到 80%以上。

标准化运营，以安全医疗为准绳：艺星医美实行标准化运营，术前评估、术中支持与术后监护都有规范的流程，对连锁机构的设备、美容材料均实行规范化管理。标准化的流程一

方面能够确保临床服务质量，另一方面亦有利于实现连锁机构的快速扩张和复制。

（4） 战略定位

艺星的发展始终将顺应时代的需求作为重要发展战略，紧跟时代变革，例如当下互联网加速发展，医美逐渐朝向更加便捷、多样的经营模式发展。艺星把握了行业发展的规律，在根植于互联网的宣传模式下开拓出了多种经营方案，提升品牌知名度。此外，针对消费者对于医美行业安全性愈加重视，艺星不断精进自身的医美安全专业程度，为消费者提供可靠安全的医美服务。

8.2.3 北京联合丽格医疗投资有限公司

（1） 公司简介

北京联合丽格医疗投资有限公司（下简称“联合丽格”）创立于 2011 年，总部设于北京，联合丽格已在北京、上海、广东、天津、深圳等主要城市开设了近 40 多家医疗美容机构（见图 8-4），此外，联合丽格已在业务领域遍及中国、韩国、美国、瑞士、德国、法国、新西兰等国家，是一家专门从事以医疗美容为主的医疗机构的投资与管理的专业公司，以投资创办医疗机构，开展机构托管，项目合作为主营业务。

图 8-5 联合丽格中国门店分布

来源：头豹研究院编辑整理

（2） 主要业务

联合丽格主要专注于修复重建、眼部整形、鼻部整形、抗衰老、针美微雕、微雕塑形、皮肤美容、疤痕修复等全品类医学美容项目。

（3） 竞争优势

优秀的医师团队：联合丽格专家教授云集，拥有如曹谊林和郭树忠两位教育部“长江学者特聘教授”及多名享受国务院特殊津贴的专家教授，为医美效果提供了技术保障。此外，联合丽格与北京大学国际医院整形美容中心建立了战略合作与学科共建伙伴关系，联合培养研究生、进修生和住院医师、联合开展科学研究，进一步完善了联合丽格的团队构成。

保证药品质量，引进先进器械：联合丽格所使用的微整形注射材料，以及隆胸所用的假体材料，均已获美国 FDA、欧盟 CE、中国 SFDA 权威公认。此外，联合丽格医疗美容门诊

部配备专业的医疗设备，巨资引进国际先进医疗设备，如塑美极、等离子激光溶脂仪、王者风范、飞顿 2 号等国际顶尖仪器，满足求美者对先进技艺及设备的需求，提升医美效果。

（4） 战略定位

联合丽格作为医疗美容专科医生平台化医生集团品牌，联合丽格以整合行业优势资源为手段，汇聚整形美容行业的专家、技术、设备、硬件设施、连锁网点等资源，在为医生提供创业机会的同时，亦为普通的消费者提供医疗美容服务。

8.2.4 施尔美整形美容医院

（1） 企业简介

施尔美整形美容医院（下称“施尔美医美”）始建于 2001 年，是由江苏省卫生厅批准设立的大型连锁美容机构，具有 18 年行业基础，企业形象较好。施尔美医美将安全塑美放在首位，在江浙沪区域内知名度较高。

（2） 主要业务

施尔美医美是一家典型的区域型医疗美容机构，目前在上海、南京、杭州、无锡等江浙沪区域设立了整形医院，主要专注于整形美容、皮肤、抗衰老、针美微雕以及口腔美容等全品类医学美容项目（见图 8-6）。

图 8-6 施尔美医美项目介绍

项目	类别
手术类	双眼皮、开眼角、硅胶隆鼻、综合隆鼻等
非手术类	玻尿酸注射、肉毒杆菌素注射、自体脂肪注射、光子美容、射频美容、超声刀等
口腔美容	洗牙、冷光美白、皓齿美白等

来源：头豹研究院编辑整理

（3） 竞争优势

擅长跨界营销，引流手段丰富：施尔美医美开展丰富的跨界营销活动，与网红、影视明星合作，举办网红梦想秀，赞助国际模特大赛等扩大企业知名度，获得大量消费者的关注。施尔美医美紧跟时代潮流，率先引入韩国整形专家访问交流，吸引客户来店体验。

接轨国际，以技术为核心：施美尔医美坚持与国际接轨的理念，搭建中韩学术交流平台和中韩技术桥梁，积极展开战略合作提升整形技术，引入韩国高端医美产品。施美尔医美通过与上海九院在科研技术、学术拘束、人才交流等方面展开深度合作，使客户足不出户也能够享受到沪宁顶级专家的会诊，为客户提供更便捷优质的服务。

热心公益，企业形象良好：自 2005 年起，施美尔医美不断参与公益事业，成立就业基金，参与爱心工程，捐助希望小学、免费救治外形缺陷患者，救助烧伤患者、皮肤类先天疾病患者，通过与明星共同投入公益事业，树立良好的企业形象，获得良好的社会公益效应。施美尔医美的资产回报率与公司的社会公益效果具有显著正相关关系，公益事业虽然不能直接带来企业利润，但能提升企业价值观的社会口碑，进而提高企业竞争力。因此，将公益事

业作为企业公共关系的媒介，承担社会义务、树立良好的公众形象，进而提升企业的竞争力，是施美尔医美重要发展战略。

（4） 战略定位

施尔美的发展战略不同于以上三家在全国范围内开展业务，施尔美将发展的目光主要聚集在江浙沪地区，针对该地区的消费者的需求提供差异化的医疗美容服务。

头豹研究院简介

- 头豹研究院是中国大陆地区首家 B2B 模式人工智能技术的互联网商业咨询平台，已形成集行业研究、政企咨询、产业规划、会展会议行业服务等业务为一体的一站式行业服务体系，整合多方资源，致力于为用户提供最专业、最完整、最省时的行业和企业数据库服务，帮助用户实现知识共建，产权共享
- 公司致力于以优质商业资源共享为基础，利用大数据、区块链和人工智能等技术，围绕产业焦点、热点问题，基于丰富案例和海量数据，通过开放合作的研究平台，汇集各界智慧，推动产业健康、有序、可持续发展

四大核心服务：

企业服务

为企业提供**定制化报告**服务、**管理咨询**、**战略**调整等服务

云研究院服务

提供行业分析师**外派驻场**服务，平台数据库、报告库及内部研究团队提供技术支持服务

行业排名、展会宣传

行业峰会策划、**奖项**评选、行业**白皮书**等服务

园区规划、产业规划

地方**产业规划**，**园区**企业孵化服务

报告阅读渠道

头豹科技创新网 —— www.leadleo.com PC端阅读全行业、千本研报

头豹小程序 —— 微信小程序搜索“头豹”、手机扫上方二维码阅读研报

添加右侧头豹研究院分析师微信，邀您进入行研报告分享交流微信群

图说　表说　专家说　数说

详情请咨询

客服电话
400-072-5588

上海
王先生： 13611634866
李女士： 13061967127

南京
杨先生： 13120628075
唐先生： 18014813521

深圳
郭先生： 15121067239
李先生： 18916233114

考研资料：数学、英语、政治、管综、西综、法硕等（整合各大机构）
英语类：四六级万词班专四专八雅思等
财经类：初级会计、中级会计、注册会计、高级会计、税务师、会计实操、证券从业、基金从业、资产评估、初级审
公务员：国考、省考、事业单位、军队文职、三支一扶微信 2270291360
银行：银行招聘、笔试、面试
教师资格：小学、中学、教师招聘面试
建筑：一建、二建、消防、造价
法考：主观题、客观题
多平台网课：涵盖职场、办公技能、编程、文案写作、情感心理、穿搭技巧、理财投资健身减肥摄影技术等优质内容
精选资料：Excel 教程、PPT 模板、简历模板、PS 教程、PPT 教程、素描、烹饪、小语种、CAD 教程、PR 教程、UI 课程、自媒体、写作、计算机二级、钢琴、Python、书法、吉他、kindle 电子书、演讲.....持续更新中...
押题：提供考前冲刺押题（初级会计、中级会计、注册会计、一建、二建、教资、四六级、证券、基金、期货等等），麻麻再也不用担心我考不过了。
资料领取微信：1131084518
行业报告：20000 份+持续更新

英语四六级备考资料	计算机二级备考资料	150 所高校考研专业课资料
两小时搞定毛概马原思修近代史纲	高数(微积分)+线性代数+概率论	素描 0 基础入门教程
教师资格证全套备考资料	普通话考试资料礼包	书法教程微信 2270291360
大学生英语竞赛备考资料	大学生数学竞赛备考资料	1000 份各行业营销策划方案合集
挑战杯/创青春/互联网+竞赛资料	电子设计竞赛必备资料	街舞 0 基础入门教程
托福雅思备考资料	大学物理学科攻略合集	动漫自学教程
SCI 最全写作攻略	TEM4/TEM8 专四专八备考资料	教师资格证面试试讲万能模板
360 份精美简历模板	数学建模 0 基础从入门到精通	100 套快闪 PPT 模板
Vlog 制作最全攻略	超强 PR 模板	42 套卡通风 PPT 模板
PS 零基础教程微信 1131084518	PS 高级技能教程	63 套酷炫科技 PPT 模板
好用到极致的 PPT 素材	128 套中国风 PPT 模板	32 套 MBE 风格 PPT 模板
327 套水彩风 PPT 模板	295 套手绘风 PPT 模板	54 套毕业答辩专属 PPT
196 套日系和风 PPT 模板	82 套文艺清新 PPT 模板	57 套思维导图 PPT 模板
163 套学术答辩 PPT 模板	53 套北欧风 PPT 模板	34 套温暖治愈系 PPT 模板
118 套国潮风 PPT 模板	30 套仙系古风 PPT	126 套黑板风 PPT 模板
114 套星空风格 PPT 模板	192 套欧美商务风 PPT 模板	42 套绚丽暈染风 PPT
50 套精美 INS 风 PPT 模板	56 套水墨风 PPT 模板	137 套清爽夏日风 PPT 模板
98 套森系 PPT 模板	25 套简约通用 PPT 模板	记忆力训练教程
300 套教学说课 PPT 模板	123 套医学护理 PPT 模板	AE 动态模板微信 2270291360
毕业论文资料礼包	教师资格证重点笔记+易错题集	表情包制作教程
吉他自学教程（送 6000 谱）	钢琴自学教程（送 1000 谱）	区块链从入门到精通资料
2000 部 TED 演讲视频合集	Excel 从入门到精通自学教程	单片机教程
230 套可视化 Excel 模板	1000 款 PR 预设+音效	1000 份实习报告模板
手绘自学教程微信 1131084518	单反从入门到精通教程	人力资源管理师备考资料
英语口语自学攻略	粤语 0 基础从入门到精通教程	证券从业资格证备考资料
日语自学教程	韩语自学教程	PHP 从入门到精通教程
法语学习资料	西班牙语学习资料	炒股+投资理财从入门到精通教程
全国翻译专业资格考试备考资料	BEC 初级+中级+高级全套备考资料	大数据学习资料
SPSS 自学必备教程	Origin 自学必备教程	会计实操资料
LaTeX 全套教程+模板	EndNote 教程+模板	小提琴 0 基础入门自学教程
GRE 超全备考资料	200 份医学习题合集	司考备考资料

思维导图教程＋素材	20000 份行业研究报告	一级造价工程师备考资料

上万 GB 教学资料（均全套,非杂乱）免费领取微信 1131084518

《闪电式百万富翁》实战版+升级版

易经+道德经+易学名师全集+风水学+算命学+起名+++等等（全套 1000 多 GB）

心理学+NLP 教练技术+精神分析+亲子家庭教育+催眠+++等等（更新超 2000GB）

大学-已更新至 9333 个课程+高中+初中+小学-全套资料（超过 2 万 GB）

陈安之	曾仕强	马云	杜云生	翟鸿燊	刘一秒	俞凌雄
王健林	余世维	雷军	周文强	安东尼罗宾	董明珠	李嘉诚
徐鹤宁	冯晓强	李践	刘克亚	罗伯特清崎	戴志强	李伟贤
苏引华	史玉柱	李强	俞敏洪	杰亚伯拉罕	周鸿祎	唐骏
梁凯恩	陈永亮	傅佩荣	贾长松	易发久	李彦宏	湖畔大学
李开复	聂枭	悟空道场	魏星	姬剑晶	其他名师全集	其他资料下载
王兴	王智华	智多星	陈文强	周导		微信 2270291360
泡妞	撩汉	泡仔	房中术	性福课	驻容术	泡妞撩汉性福合集

注：太多了，无法全部一一列出。。。

全套专题系列【微信 1131084518】

记忆力训练	形象礼仪	健康养生	企业管理	沟通技巧
演讲与口才	经理修炼	MBA 讲座	时间管理	战略经营
企业文化	销售心理	管理素质	国学讲座	执行力
团队管理	领导艺术	员工激励	潜能激发	谈判技巧
绩效管理	薪酬管理	43 份直销制度	电话销售	人力管理
客户服务	创业指南	市场营销	餐饮管理	保险讲座
品牌营销	酒店管理	汽车 4S 店	众筹资料	销售技巧

兴趣爱好：	钓鱼教程	魔术教学	炒股教学	美术教学	书法教学
音乐乐器：	萨克斯教学	电子琴教学	小提琴	古筝教学	钢琴教学
	吉他教学				
体育运动：	篮球教学	足球教学	羽毛球教学	兵乓球教学	太极拳教学
	围棋教学	高尔夫球			
生活实用：	插花教学	茶艺-茶道	唱歌教学	单反相机摄影	毛线编织
	小吃+美食				
语言学习：	英语				
电脑 IT：	办公 office	PS 美工教学			

暗号：666

免费领取资料微信

1131084518

微信1131084518

撩汉liaohan.net

最好资源zuihaoziyuan.com

如果群里报告过期

请加微信联系我索取最新

1、每日微信群内分享7+最新重磅报告;

2、每日分享当日华尔街日报、金融时报

3、如果看到群里报告过期了，请扫码联系

4、行研报告均为公开版，权利归原作者所有，仅分发做内部学习

扫一扫二维码后台回复 加群

加入“研究报告”微信报告群。